BIBLIOTEKA
XX VEK

32/1

Urednik
IVAN COLOVIC

Edgar Moren

DUH VREMENA

1. Neuroza

Prevela sa francuskog
NADE2DA VINAVER

BEOGRADSKI IZDAVACKO-GRAFICKI ZAVOD
1979.

Naslov originala:
Edgar Morin, L'ESPRIT DU TEMPS
1. Névrose

Edgar Moren, savremeni francuski sociolog, autor je više značajnih i u svetu visoko cenjenih delà iz oblasti sociologije kulture, političke sociologije, kulturne antropologije i metodologije naučnog istraživanja. Našoj publici Moren je poznat po knjizi *Duh vremena, esej o masovnoj kulturi* (»Kultura«, 1967), koju sada ponovo objavljujemo, dodajući joj drugi tom, objavljen 1975, koji sadrži kasnije nastale autorove radove o istom krugu tema. Uskoro će se u biblioteci »XX vek« pojaviti i prevod čuvenog Morenovog delà *L'Homme et la mort (Čovek i smrt).*

Redaktor
SANJA GRAHEK

Korice
IVAN MESNER

Tehnički urednik
RUŽICA VUKAŠINOVIC-STANISAVLJEV

PREDGOVOR TREĆEM IZDANJU

Ova knjiga, napisana 1960—61, prvi put je objavljena 1962.

Ne bih imao ništa da joj oduzmem, ali bih joj mnogo šta dodao.

Zapravo, šezdesete godine donele su preobražaj kulturne konfiguracije naših društava, a taj preobražaj se, naravno, osetio u masovnoj kulturi.

Mnoge osobine koje sam opisao u ovoj knjizi i danas su prisutne. Ali »duh vremena« već je sasvim drugi.

Osovina masovne kulture sada je na drugom mestu. Njeno polje se proširilo i ona sve dublje prodire u svakodnevni život, u dom, porodicu, proteže se na ljubavni par, automobil, godišnji odmor. Mitologija sreće postala je problematika sreće. Začeci i žarišta »protiv-kulture«, odnosno »kulturne revolucije«, obrazovali su se u *underground-u,* na rubu potrošačke kulture, ali oni u nju prodiru, natapaju je. Masovna kultura istovremeno teži da se raspadne i da u sebe uključi (da ih, kako se kaže, »podmiri«) razbijačke struje.

Većina mojih radova o »sociologiji sadašnjosti«, od 1963. do 1973, bavi se preobražajima, od pojave

nove mladalačke »subkulture« *(jeje)* do izbijanja zapadne »kulturne revolucije« u Kaliforniji, preko studentskih pobuna; od »veličanja ženskih vrednosti« do »nove ženstvenosti« i »novog feminizma«; od neoarhaizma i novog naturizma do »konkretnih utopija« klubova za organizovanje godišnjih odmora i ekološkog pokreta; od nelagodnosti i teškoća blagostanja do simptoma duboke krize buržoaske civilizacije.

Dok je zvanična sociologija verovala da radi na sve čvršćem tlu »industrijskog društva«, ja sam sve bolje zapažao ciklonalne depresije koje su se stvarale u senci. Sve one pojave što su bile zanemarene kao nastrani i smešni epifenomeni postajale su za mene skretanja iz kojih se rađaju nove težnje. Tamo gde su drugi videli vatru od slame, ja sam video erupcije koje otkrivaju raspad strukture u dubine kulturnog nukleusa naših društava.

U svakom slučaju, ne moram crveneti zbog onoga što sam pisao 1962, a objavio u jednom tekstu 1965[1]: »Nema sumnje, sprema se kriza ogromnih razmera, kriza osnovice buržoaskog individualizma, kriza civilizacije; već sada *beatnik,* u svom dobrovoljnom odricanju od udobnosti američkog načina života, otkriva mučninu blagostanja; već su reci dolce vita postale, u očima imućnih, sinonim očajanja.« A 1966, na kraju jednog istraživanja obavljenog u opštini Plodeme[2], napisao sam:

»Da li ćemo videti kako se pojavljuju problemi blagostanja, nepoznati narodu koji se nalazi tek na prvim stupnjevima razvoja, još zna šta su problemi nemaštine i seća se starih robovanja?

Da li ćemo videti kako se javlja nelagodnost u privatnom životu i kako iskrsavaju problemi odnosa između muškarca i žene, problemi koji se prećutkuju i skrivaju tamo gde iskrsavaju?

Da li ćemo videti kako se produbljuje praznina koja se javlja u slobodnom vremenu mladih, pa čak i za vreme godišnjih odmora?

Da li ćemo videti talas nagrizajućih nemira, koji se danas tek pojavljuju i koji su danas preneti na neizvesnu budućnost ili na atomsku pečurku?

Da li ćemo videti žustrije zahteve za spontanošću, radošću i ispunjenošću života, koje su nekada zadovoljavale svetkovine i koje danas stidljivo uzimaju u obzir zabave i letovanja?

Da li ćemo videti krizu, menu, prevazilaženje buržoaske civilizacije?«

Sada su se pojavili i deluju novi kulturni fermenti. Ušli smo u razdoblje kad je postalo prilično jasno da se kultura postavlja kao problem.

Tako je ova knjiga dobila svoj drugi deo, gde su okupljeni i međusobno povezani moji radovi nastali između 1962. i 1973.

E. M.
April 1974.

[1] *Introduction à une* politique *de l'Homme,* le Seuil, 1965.
[2] Commune en France: La Métamorphose *de Plodemet,* Fayard 1967.

Prvi deo

KULTURNA INTEGRACIJA

I

TREĆI PROBLEM

Početkom XX veka, industrijska sila je proširila svoju vladavinu na ćelu zemaljsku kuglu. Završena je kolonizacija Afrike, ostvarena dominacija u Aziji. Međutim, u vašarskim šatrama i pod metalnim kupolama već je na pomolu druga industrijalizacija: okomljuje se na slike i snove. Druga kolonizacija, ne više horizontalna već vertikalna, prodire u veliko Skladište koje predstavlja ljudska duša. Duša je nova Afrika, kroz koju film počinje da preseca puteve u svim pravcima. A pedeset godina kasnije, u velikom planetarnom telu stvoren je čudesan nervni sistem: teleprinteri, rotacione mašine, filmske i magnetofonske trake, radio- i TV antene u rojevima odašilju reči i slike; sve što se kreće po zemlji, sve što plovi, sve što leti prenosi novine i ilustrovane časopise; nema molekula vazduha koji ne treperi od poruka, a njih će neki aparat, jedan običan pokret rukom, odmah učiniti čujnim i vidljivim.

Ova druga industrijalizacija, industrijalizacija duha, i ova druga kolonizacija, koja pogađa dušu, napreduju tokom XX veka. Putem njih se obezbeđuje neprekidan napredak tehnike, koja nije više orijentisana samo na spoljašnje usavršavanje, već prodire u unutrašnje biće čoveka i tu isporučuje svoju kulturnu robu. Istina, knjiga i novine su već bile roba, ali nikada kultura i lični život

nisu do te mere bili upleteni u svet trgovine i industrije, nikada tajnoviti šapat sveta — nekada uzdasi sablasti, šaputanje vila, vilenjaci i vampiri, reči duhova i bogova, danas muzika, reči, filmovi preneti preko talasa — nije bio i industrijski proizvođen i prodavan na tržištu. Ova nova vrsta robe je ljudskija od svih, jer se tu prodaje na komad ljudska ektoplazma — romansirane ljubavi i strahovanja, srce i duša viđeni kroz »male vesti«.

Problemi koje postavlja ta neobična noosfera što lebdi nad površinom civilizacije ubrajaju se u Treće probleme koji se javljaju polovinom XX veka. Ti Treći problemi brzo sa periferije dolaze u centar savremenih pitanja. Ne mogu se svesti na već spremne odgovore. Njih može da ispituje samo misao u pokretu. To važi za Treći svet, za Treću industrijsku revoluciju (elektronsku, nuklearnu), za Treće sile (birokratsku, tehničku, mašinsku). To važi i za ono što možemo smatrati Trećom kulturom, kulturom koju rađaju štampa, film, radio, televizija, i koja se javlja, razvija i uzdiže naporedo sa klasičnim — religijskim ili humanističkim — i nacionalnim kulturama.

Odmah po završetku drugog svetskog rata, američka sociologija otkriva, ukazuje na tu Treću kulturu i naziva je: *mass-culture.*

Masovna kultura, odnosno kultura stvorena prema masovnim normama industrijske proizvodnje, širena tehničkim sredstvima masovne difuzije (po jednom čudnom anglo-latinskom neologizmu: *mass-media),* obraća se društvenoj masi, tj. jednom džinovskom aglomeratu jedinki, skupljenih nezavisno od unutrašnjih struktura društva (klase, porodice itd.).

Termin masovna kultura, kao i termin industrijsko društvo ili masovno društvo *(mass-society),* kojima je

kulturni ekvivalent, pogrešno ističe samo jednu od bitnih crta društvenog života; savremena društva možemo nazvati ne samo industrijskim ili masovnim već isto tako tehničkim, birokratskim, kapitalističkim, klasnim, građanskim, individualističkim ... Pojam masovan *a priori* je suviše uzak.

Pojam kulture može izgledati *a priori* suviše širok ako ga shvatimo u najstrožem značenju, etnografskom i istorijskom, suviše otmen ako ga shvatimo u izvedenom i pročišćenom značenju — kultivirani humanizam.

Kultura usmerava, razvija, kroti izvesne ljudske sposobnosti, a neke druge ugušuje ili odbacuje. Postoje univerzalne kulturne činjenice, kao što je zabrana rodoskvrnuća, ali pravila i vidovi ove zabrane se razlikuju u raznim kulturama. Drugim rečima, s jedne strane, postoji jedna »kultura« koja, u odnosu na prirodu, određuje čisto *ljudske* osobine biološkog bića zvanog čovek, a s druge, postoje posebne *kulture* u zavisnosti od epoha i društava.

Možemo izneti sledeću postavku: jedna kultura predstavlja kompleksno telo normi, simbola, motiva i slika koji prožimaju jedinku, uobličavaju instinkte, usmeravaju emocije. To prožimanje se ostvaruje putem mentalnih razmena projekcija i identifikacija, vezanih za simbole, mitove i slike kulture, kao i za mitske ili stvarne ličnosti (preci, junaci, bogovi) koje ovaploćuju njene vrednosti. Kultura praktičnom životu pruža imaginarna uporišta, a imaginarnom životu praktična; ona pothranjuje polustvarno, poluimaginarno biće koje svako nosi u sebi (u dubini svoje duše), polustvarno, poluimaginarno biće koje svako izlučuje iz sebe i kojim zaogrće sebe (svoju ličnost).

Tako nas nacionalna kultura, još od školske klupe, napaja mitskim i doživljenim iskustvima prošlosti, vezu-

jući nas odnosom identifikacije i projekcije za otadžbinske junake (Vercingetoriksa, Jovanku Orleanku), a i oni sami se identifikuju sa velikim nevidljivim, ali živim telom, koje, kroz vekove iskušenja i pobeda, dobij a materinski lik (Majka-otadžbina, kojoj dugujemo ljubav) i roditeljski lik (Država, kojoj dugujemo poslušnost). Religijska kultura se zasniva na identifikaciji sa bogom — spasiteljem, i sa snažnim materinsko-očinskim bratstvom koje predstavlja Crkva. Na jedan tananiji, tačnije rečeno na jedan difuzniji način, humanistička kultura nam pruža znanje i osećajnost, sistem afektivnih i intelektualnih stavova, kroz dodir sa književnim delima u kojima junaci drama i romana, subjektivni izlivi pesnika i razmišljanja moralista, igraju, ponešto ublaženo, ulogu junaka drevnih mitologija i mudraca starih društava.

Kao što ćemo videti, masovna kultura jeste kultura: nju sačinjava telo simbola, mitova i slika koji se odnose r.a praktični i imaginarni život, sistem specifičnih projekcija i identifikacija. To je nadgradnja nacionalne, humanističke i religiozne kulture i počinje utakmicu s njom.

Moderna društva su *polikulturna.* Aktivno deluju kulturna žarišta različite prirode: religija (ili religije), nacionalna država, tradicija humanističkih nauka suprotstavljaju ili ujedinjuju svoje etike, svoje mitove, svoje uzore, u okviru škole ili van nje. Tim različitim kulturama treba priključiti masovnu kulturu. Jedna ista csoba može biti hrišćanin na jutarnjoj misi, Francuz pred spomenikom palim borcima, i još da odlazi da vidi Sida u Narodnom nacionalnom pozorištu ili da čita Frans-soar ili Pari-mač.

Masovna kultura istovremeno vrši i trpi integraciju U polikulturnu stvarnost, dopušta da je (država ili crkva) koče, kontrolišu, cenzurišu, a ujedno sama pokušava da

podrije i razjedini druge kulture. Ona, dakle, nije potpuno *autonomna:* može da se napaja nacionalnom, religioznom ili humanističkom kulturom, a, sa svoje strane, napaja nacionalnu, religioznu ili humanističku kulturu. Isto tako, ona nije jedina kultura XX veka. Ali je svakako prava masovna i nova struja XX veka. Nastala u SAD, već se aklimatizovala u zapadnoj Evropi. Neki njeni elementi već se šire po celoj zemaljskoj kugli. Po prirodi je kosmopolitska, a svetska po rasprostranjenosti. Ona nam postavlja probleme prve univerzalne kulture u istoriji čovečanstva.

INTELEKTUALNA KRITIKA ILI KRITIKA INTELEKTUALACA

Pre nego što neposredno priđemo ovim problemima, treba da savladamo intelektualnu ogradu koju prema njima postavlja »obrazovana« inteligencija.

»Obrazovani« se oslanjaju na jedno vrednujuće, izdiferencirano aristokratsku shvatanje kulture. Zato termin »kultura XX veka« njih odmah podseća na Mondrijana, Pikasa, Stravinskog, Albana Berga, Muzila, Prusta, Džojsa, a ne na svet televizije, radija, filma, stripova, štampe, zabavne muzike, turizma, godišnjih odmora, dokolice.

Intelektualci bacaju masovnu kulturu u najniže slojeve kulture. »Humanističko« shvatanje se vajka na najezdu kulturnih nusproizvoda savremene industrije, industrijske nusproizvode savremene kulture. Desničarsko shvatanje masovnu kulturu tretira kao zabavu helota, plebejski prostakluk. A, oslonjena na dogmatski vid marksističkog učenja, pojavila se kritika »levice«, koja

masovnu kulturu tretira kao barbiturat (novi opijum za narod) ili kao smišljenu mistifikaciju (kapitalizam odvlači mase od njihovih stvarnih problema). Mnogo je više marksistička ona kritika koja govori o novom otuđenju buržoaske civilizacije: otuđenje čoveka kroz rad pretvorilo se u otuđenje kroz potrošnju, dokolicu, lažnu kulturu. Ja ću se, svakako, vratiti ovim temama, ali bih hteo najpre da primetim da, bez obzira na veoma različito poreklo njihovog prezrenja, i desnica i levica masovnu kulturu smatraju kulturnim škartom, lažnim zlatom ili, kako se u SAD kaže: »kičem«. Na stranu svako davanje ocena o vrednosti, možemo konstatovati opšti otpor »intelektualne« ili »obrazovane« klase.

Tu kulturu nisu stvorili intelektualci; prvi stvaraoci filmova bili su vašarski glumci, zabavljači pod šatrama; novine su se razvile izvan slavnih sfera književnog stvaralaštva; radio i televizija su bili pribežište promašenih novinara i glumaca. Doduše, intelektualci su malo-pomalo pridobijani, pozivani u redakcije, u radio-studije, u kancelarije filmskih producenata. Mnogi su tamo našli svoj poziv. Ali kulturna industrija se ovim intelektualcima *služi*. Samo nekim srećnim slučajem, ili posle iznurujućih borbi, oni uspevaju da ostvare planove koje nose u sebi. A u nekim slučajevima stvaralac se čak odvaja od sopstvenog delà; to više i nije njegovo delo. Proizvodnja uništava stvaralaštvo: sistem odbacuje Strohajma, Velsa, kao pobeđene, jer oni neće da mu se priklone.

Nastup jednog kulturnog sveta koji gura u stranu i ruši svetost stvaralaštva razvlašćuje književnu inteligenciju. Ona utoliko pre ustaje protiv industrijalizacije duha što delimično i sama učestvuje, kao beznačajni činovnik, u toj industrijalizaciji.

Inteligenciju ne boli samo to razvlašćenje. Industrijska tehnika, trgovinska uslovljenost i potrošačka usmerenost masovne kulture popljuvali su čitavu jednu koncepciju kulture. Mecenu zamenjuje najamnik. Kapitalizam smešta svoje blagajne u veliko kulturno skladište. Inteligencija, dakle, reaguje i na vladavinu kapitala i dobiti.

Najzad, orijentisanje na potrošnju ukida samostalnost i estetsku hijerarhiju, koje su svojstvene kulturi obrazovanog sveta. »U masovnoj kulturi nema raskoraka između umetnosti i života«.[1] Ni samotničko povlačenje, niti ceremonijalni obredi ne suprotstavljaju masovnu kulturu i svakodnevnom životu. Ona se troši po ceo dan. U domenu svakodnevne potrošnje nema kvalitativnih umetničkih razlika: džu-boks nam istovremeno nudi Armstronga i Brendu Li, Brasensa i Dalilu, stare šlagere i zabavne melodije. Na radiju, televiziji, u bioskopu — isti eklektizam. Tim svetom ne rukovode, ne upravljaju neka pravila ukusa, hijerarhija lepog, norme estetičke kritike. Kritika »obrazovanog sveta« nema nimalo većeg udela u časopisima, dečijim listovima, radio-programima, i, s retkim izuzecima, u filmovima, nego u potrošnji povrća, deterdženata ili mašina za pranje rublja. Kulturni proizvod je, s jedne strane, strogo određen svojim industrijskim karakterom, a, s druge, svojim karakterom robe za svakodnevnu potrošnju, i ne može se izdići do estetske samostalnosti. Njega ne obrazuje, niti pročišćava, niti ga oblikuje Umetnost, najviša vrednost kulture obrazovanog sveta.

Izgleda da se kultura obrazovanog sveta po svemu suprotstavlja masovnoj kulturi: kvalitet prema kvantitetu, stvaralaštvo prema proizvodnji, duhovnost prema materijalizmu, estetika prema robi, elegancija prema

1 Clément Greenberg, *Avant-garde et culture de masse u Mass Culture,* vidi bibliografiju u ovoj knjizi, str. *Hi.*

neotesanosti, znanje prema neznanju. Ali pre nego što se zapitamo da li je masovna kultura takva kakvom je vidi obrazovan čovek, treba da se zapitamo nisu li vrednosti »visoke kulture« dogmatične, formalne, fetišizirane, da li »kult umetnosti« često ne krije površnu trgovinu delima. Sve novo što se javljalo uvek se suprotstavljalo vladajućim normama kulture. Ova primedba se odnosi na masovnu kulturu, ali zar se ne odnosi i na kulturu obrazovanog sveta? Od samoukog Rusoa do Rusoa Carinika, od Remboa do nadrealizma kulturni »revizionizam« opovrgava kanone i ukuse visoke kulture, nudi estetici ono što je dotle izgledalo trivijalno ili detinjasto.

Avangardisti kulture su prvi zavoleli i prihvatili Caplina, Hemeta, džez, ulične šansone. Obrnuto, nadmeno se odbacuje masovna kultura baš tamo gde vladaju estetski snobizam, književni recepti, izveštačena nadarenost, konvencionalna plitkost. Postoji filistarstvo »obrazovanih« koje proizlazi iz iste banalne ukalupljenosti iz koje i prezreni standardi masovne kulture. I tako se, baš u trenutku kada izgleda da se do krajnosti razilaze, »visoka kultura« i »masovna kultura« sastaju, jedna zahvaljujući svom banalnom aristokratizmu, a druga — svojoj prostoti željnoj društvenog položaja. To je lepo zapazio Herold Rozenberg: »Anti-pojam kiča je u stvari uvećani kič. Kada Makdonald govori protiv kiča, izgleda da govori s tačke gledišta umetnosti, kad govori o umetnosti, njegove ideje su kič«. Evo i ključne formule: »Jedan od vidova masovne kulture je kičistička kritika kiča«.[2]

Nije mi namera da ovde veličam masovnu kulturu, već da postavim na pravo mesto »kulturu obrazovanog

[2] Harold Rosenberg, *Popular Culture and Kitsch Criticism, u Dissent,* Winter, 1958, str. 15—16.

sveta«, ne samo zato da bih sebi pružio sađo-mazohistička zadovoljstva, koja vole intelektualci, već da bih, doslovno, digao u vazduh utvrđenje — Monsegir* — s kojeg obično posmatramo ove probleme — i da bih preneo raspravu na otvoreno polje.

Ima li ovo što govorim nekog smisla? Ma koji fenomen ispitivao, posmatrač treba najpre sebe dobro da prouči, jer posmatrač ili sasvim preokrene posmatrani fenomen, ili se i sam na neki način u njega projicira. Ma šta da se preduzme u oblasti humanističkih nauka, prvi korak treba da bude samoanaliza, samokritika. Kada se kao intelektualac hvatam ukoštac s problemom kulture, treba u pitanje da dovedem prvo sopstveno shvatanje kulture. Kada se kao obrazovan čovek obraćam obrazovanima, treba najpre da u pitanje dovedem tu zajedničku »kulturu«. Unutar onoga što se može nazvati opštim imenom intelektualna klasa (samo jako površno ako se imaju u vidu svi problemi, a sasvim opravdano u posebnom slučaju koji nas ovde zanima) javljaju se ogromni psihički i društveni otpori; i treba poljuljati baš njenu uvek neizbežnu i homogenu reakciju. Stoga je nužno jasno postaviti sledeće pitanje: u kojoj meri smo se sami angažovali u odbrambenom sistemu, kojeg ponekad nismo bili svesni, ali koji neosporno postoji, protiv procesa koji teži za obaranjem intelektualaca, što i sami jesmo.

To nas navodi da revidiramo i samokritički se osvrnemo na naše etičko ili estetičko shvatanje kulture i da krenemo od početka, od jedne kulture koja *isiorijski i sociološki nadolazi:* masovna kultura nam postavlja

* Feudalni zamak razrušen za vreme rata početkom XIII veka. Ostaci, u dobrom stanju, teško su pristupačni. — *Prim. prev.*

nedovoljno jasne i nedovoljno uobličene probleme. Termin masovna kultura ne može da označi ovu kulturu u rađanju, sa još fluidnim granicama, duboko vezanu za tehniku i industriju, ali i za ljudsku dušu i svakodnevni život. U novoj kulturi dovedeni su u pitanje različiti slojevi našeg društva i naše civilizacije. Direktno smo upućeni na globalni kompleks.

METOD

Samim tim je određen i naš metod ispitivanja. Samokritički metod i metod totaliteta. Metod totaliteta i sâm uključuje metod samokritike, zato što teži ne samo za tim da ispita fenomen u njegovim međuzavisnostima nego i da u sistemu relacija prouči i samog posmatrača. Uklanjajući nadmeni moralizam, prikrivenu agresivnost, antikič, samokritički metod prirodno otvara put metodu totaliteta. U isto vreme, može se izbeći apstraktni, birokratski soćiologizam istraživača odvojenog od svog istraživanja, koji se zadovoljava da izdvoji ovu ili onu oblast, ne pokušavajući da vidi šta to spaja oblasti jednu s drugom.

Važno je takođe da posmatrač učestvuje u predmetu svoga ispitivanja; treba da se na neki način prijatno oseća u bioskopu, da se raduje kada ubacuje novčić u džu-boks, da ga zabavljaju razni aparati u koje se ubacuje metalni novac, da prati sportske utakmice na radiju i televiziji, da pevuši poslednji šlager. Čovek treba sam da bude pomalo deo gomile, jedan od dokoličara, da se stopi sa drugima na plesovima i zabavama. Treba da upozna taj svet, ne osećajući se pri tom kao stranac. Treba da voli lutanje velikim bulevarima masovne kulture. Možda je jedna od dužnosti savremenog *narodnjaka,* koji se večito brine da »bude s narodom«, da ide i sluša Dalidu.

Treba tražiti onu objektivnost koja uključuje posmatrano u posmatranje, a ne objektivnost koja veruje da doseže predmet isključivši posmatrano, a u stvari samo podržava *ne-relativistički* metod posmatranja. Klodelova rečenica je tačna, iako bi njoj suprotna misao isto tako bila istinita: »Čovek upoznaje svet ne putem onog što mu uzima, nego putem onog što mu pridodaje«. Pravo saznavanje uvek iznova uvodi dijalektiku u odnos posmatrač — posmatrano, »uzimajući« i »pridodajući«.

Najzad, metod totaliteta treba istovremeno da nas sačuva od cepkanja usmerenog empirizma, koji, izdvajajući jedno polje stvarnosti, postiže to da ga sasvim odvoji od stvarnog, i da nas sačuva od velikih apstraktnih ideja, koje, kao televizijski snimci s jednog veštačkog satelita, pokazuju samo gomile oblaka iznad kontinenata. Masovnu kulturu treba pratiti u njenom neprestanom kretanju od tehnike do ljudske duše, od ljudske duše do tehnike, kao čun koji prolazi kroz ceo socijalni proces. Ali u isto vreme treba je shvatiti kao jedno od raskršća onog kompleksa kulture, civilizacije i istorije koje nazivamo dvadesetim vekom. Osnovne probleme društva i čoveka ne treba prognati iz našeg proučavanja, nego, naprotiv, staviti ih u centar, oni su u osnovi naše rasprave.

II

KULTURNA INDUSTRIJA

Da bi industrijska kultura postala mogućna, bili su potrebni tehnički pronalasci: kinematografija, a naročito bežični telegraf. Ti pronalasci su tako iskorišćeni da su i njihovi tvorci često bili iznenađeni: kinematograf, aparat za snimanje pokreta, postaje plen spektakla, snova, dokolice; radio, prvo namenjen čisto utilitarnim svrhama, sa svoje strane postaje plen igre, muzike, zabave. Vetar koji te pronalaske nosi prema kulturi jeste vetar kapitalističke dobiti. Radi dobiti i zahvaljujući njoj razvijaju se nove tehničke umetnosti. Bez tog čudesnog podstreka kapitalističkog duha ovi izumi, bez sumnje, ne bi doživeli tako potpun razvoj i do te mere masovan. Ali pošto je jednom već uzeo zalet, ovaj pokret prelazi granice kapitalizma u pravom smislu reči; u začetku razvoja sovjetske države Lenjin i Trocki su shvatili društveni značaj filma. Kulturna industrija se razvija u svim režimima, kako u državnom okviru, tako i u okviru privatnog preduzetništva.

DVA SISTEMA

U sistemima zvanim socijalističkim, država je apsolutni gospodar, cenzor, direktor, proizvođač. Državna ideologija može, dakle, da igra glavnu ulogu.

Ali, čak i u Sjedinjenim Američkim Državama privatno preduzetništvo nikad nije sasvim prepušteno svom sopstvenom razvoju: država tu, u najmanju ruku, igra ulogu policajca.

Od kulturne, suverene države, do države — policajca postoji skala prelaznih situacija. U Francuskoj se, na primer, država mesa u štampu samo u pogledu davanja prethodnih autorizacija, ali drži pod svojim okriljem nacionalnu agenciju za informacije (AFP); u oblasti filma ona odobrava i zabranjuje, delimično subvencioniše proizvodnju filmova, kontroliše preduzeća za proizvodnju filmova; na radiju ima monopol, ali toleriše efikasnu konkurenciju okolnih stanica (Luksemburg, Evropa broj I, Monte Karlo, Andora); na televiziji se ti-udi da zadrži svoj monopol.

Kulturni sadržaji se manje ili više bitno razlikuju zavisno od vrste intervencije države — negativne (cenzura, kontrola) ili pozitivne (usmeravanje, prilagođivanje domaćim uslovima, davanje političke linije) — zavisno od slobodoumnijeg ili autoritativnijeg karaktera intervencije, zavisno od tipa države koja interveniše.

Ne uzimajući u obzir ove promenljive vrednosti, možemo reći da premda postoji podjednaka briga da se privuče maksimum publike i u privatnom sistemu (težnja za maksimalnom dobiti) i u državnom (politički i ideološki interes), privatni sistem želi pre svega da udovolji potrošaču. Učiniće sve da zabavi, razonodi, u granicama cenzure. Državni sistem pak želi da ubedi, vaspita: s jedne strane, on teži da širi ideologiju koja može da bude dosadna ili da razbesni, s druge strane, dobit ga ne podstiče i može da prezentuje vrednosti »visoke kulture« (naučne razgovore, ozbiljnu muziku, klasična delà). Privatni sistem je življi jer zabavlja. Želi da prilagodi svoju kulturu publici. Državni sistem je krut, usiljen. Želi da prilagodi publiku svojoj kulturi. To je alternativa između stare guvernante Anastazije, lišene svake erotičnosti i pin-ap devojke poluotvorenih usana.

Ako za trenutak treba postaviti problem u normativnim terminima, nema, po mom mišljenju, izbora između državnog i privatnog sistema, već treba napraviti novu kombinaciju. U međuvremenu, u okviru iste nacije, putem konkurencije između privatnog i državnog sektora (u pogledu radija, televizije i filma) najbolje će se neutralisati njihovi najopasniji vidovi, a njihovi najzanimljiviji vidovi (kulturna ulaganja u državnom, neposredna kulturna potrošnja u privatnom sistemu) moći će da se razviju. Ovo, naravno, samo u ravni apstrakcije.

U ovom eseju neću proučavati problem kulturnih prirepaka državne politike, niti kulturni sistem zvani »socijalistički«, mada, izuzimajući Kinu, i tamo postoji duboki prodor elemenata masovne kulture američkog tipa. Predmet mog proučavanja su kulturni procesi koji su se razvili izvan državnih (ili religioznih, ili pedagoških) usmeravalačkih sfera pod prvim naletom privatnog kapitala i koji se, uostalom, dalje mogu proširivati, sve do državnih kulturnih sistema. Da bih izbegao svaki nesporazum, upotrebljavaću termin kulturna industrija za označavanje odlika zajedničkih svim sistemima, privatnim ili državnim, zapadnim ili istočnim, zadržavajući termin masovna kultura za industrijsku kulturu koja preovlađuje na Zapadu.

PROIZVODNJA — STVARALAŠTVO: BIROKRATSKO-INDUSTRIJSKI MODEL

I u jednom i u drugom slučaju, ma kako različite bile kulturne sadržaje imali, postoji koncentracija kulturne industrije.

Štampa, radio, televizija, film su ultralake industrije. Lake po sredstvima za proizvodnju, ultralake po proizvedenoj robi: ona se drži na novinskom listu, na filmskoj traci, prenosi talasima, i u trenutku potrošnje postaje neopipljiva, jer je ta potrošnja psihička. Ali ova ultralaka industrija je organizovana po uzoru na tehnički i ekonomski najkoncentrisanije industrije. U privatnom sektoru nekoliko velikih grupa koje se bave štampom, nekoliko glavnih kanala radija i televizije, nekoliko filmskih kompanija koncentrišu proizvodna sredstva (rotacione mašine, studija) i upravljaju sredstvima masovne komunikacije. U društvenom sektoru, koncentraciju obezbeđuje država.

Toj tehničkoj koncentraciji odgovara birokratska koncentracija. Jedan list, radio ili televizijska stanica su birokratski organizovani. Birokratska organizacija filtrira stvaralačku ideju, ispituje je pre nego što stigne do onoga koji odlučuje — do producenta, glavnog urednika. A ovaj opet donosi odluku oslanjajući se na neke anonimne razloge: eventualnu rentabilnost predložene stvari (privatno preduzeće), političku celishodnost (država), a zatim projekt poverava tehničarima koji sada na svoj način posluju oko njega. I u jednom i u drugom sistemu »kulturna moć«, moć stvaraoca šansone, članka, filmskog projekta, zamisli za neku emisiju biva prignječena između te birokratske i tehničke vlasti.

Tehničko-birokratska koncentracija sa svih strana pritiskuje masovnu kulturnu proizvodnju. Otuda težnje za obezličavanjem stvaralaštva, za prevagom racionalne organizacije proizvodnje (tehničke, komercijalne, političke) nad invencijom, za razjedinjavanjem kulturne vlasti.

Ali ta težnja, koju zahteva industrijski sistem, sukobljava se sa sasvim drukčijim zahtevom, koji potiče iz same prirode kulturne potrošnje, i koji uvek traži *individualizovani* i *novi* proizvod.

Industrija deterdženata stalno proizvodi isti prašak i zadovoljava se da povremeno promeni pakovanje. Automobilska industrija može samo da godišnje serije osveži tehnički ili u obliku, dok osnovne jedinice ostaju iste, razlika je u boji i ukrasima. Ali kulturnoj industriji su potrebne nužno individualizovane jedinice. Film može da bude zamišljen po standardnim receptima (ljubavni zaplet, *happy end),* ali mora da ima svoj pečat, svoju originalnost, svoju jedinstvenost. Isti je slučaj sa radio-emisijom, šansonom. S druge strane, sredstva informacija, masovna štampa svaki dan love novo, slučajno, *događaj,* što će reći individualno. Oni propuštaju događaj kroz svoje kalupe, da bi mu na kraju povratili jedinstvenost.

Kulturna industrija treba, dakle, neprestano da premošćuje osnovnu protivrečnost koja postoji između njene birokratizovano-standardizovane strukture i originalnosti (individualnosti i novine) proizvoda koji mora da isporuči. Sav njen rad se ostvaruje počev od ta dva antitetička para: birokratija — invencija, standard — individualnost.[1]

To je takav paradoks da se možemo upitati kako je uopšte moguća birokratsko-industrijska organizacija

[1] Peter Baechlin, *Histoire économique du* cinéma, vidi bibl. str. 232.

kulture. Ta mogućnost, bez sumnje, počiva u *samoj strukturi imaginarnog.* Imaginarno se strukturiše prema prauzorima. Postoje uzor-modeli ljudskog duha koji upravljaju snovima, a posebno racionalizovanim snovima kakvi su teme mitova ili romana. Pravila, konvencije, umetnički rodovi nameću spoljnu strukturu delima, dok tipske situacije i tipske ličnosti čine njihovu unutrašnju strukturu. Strukturalna analiza nam pokazuje da se mitovi mogu svesti na matematičke strukture. Tako se svaka konstantna struktura može pomiriti sa industrijskom normom. Kulturna industrija to pokazuje na sebi svojstven način, standardizujući velike romaneskne teme, pretvarajući prauzore u stereotipove. Proizvode se sentimentalni romani po lančanom sistemu, na osnovu obrazaca koji sada postaju svesni i racionalizovani. Srce se takođe može strpati u konzervu.

Ali pod uslovom da lančani proizvodi budu individualizovani.

Ima standardnih tehnika koje služe individualizaciji, a koje se sastoje u tome da se izmeni skup različitih elemenata, baš kao što se od standardnih delova igračke »konstruktor« mogu napraviti najrazličitiji predmeti.

U izvesnom momentu potrebno je nešto više, potrebna je *invencija.* I ovde upravo proizvodnja ne uspeva da uguši stvaralaštvo, birokratija je primorana da potraži invenciju, a standard se zaustavlja da bi originalnost mogla da ga usavrši.

Otuda ovaj osnovni princip: kulturno stvaralaštvo se ne može do kraja integrisati u sistem industrijske proizvodnje. Otuda izvesne posledice: s jedne strane, suprotstavljanje decentralizaciji i konkurenciji, s druge

— težnja za relativnom samostalnošću stvaranja u okviru same proizvodnje.

U svakom slučaju, u svim industrijama je apsolutna koncentracija ograničena, bez obzira na razlike uslovljene tipom industrije. Ako je, na primer, isti sapunski trust (Lever) shvatio da treba, u konkurenciji, ne samo da izbaci na tržište više marki deterdženata (Omo, Sanil, Tid, Persil) već i da izvesnu samostalnost obezbedi svakoj marki, posebno u organizovanju reklame, to je zato što, čak i na tom običnom nivou, postoji potreba za raznolikošću i individualnošću u potrošnji i što se maksimalni prodajni uspeh nalazi u tom neobičnom, ali relativno decentralizirajućem obliku samokonkurencije.

Ograničavanje koncentracije mnogo se jasnije ispoljava u kulturnoj industriji. Ako je koncentracija na finansijskom polju ne samo shvatljiva nego i česta (na primer, više konkurentskih listova, kao što su *Frans-soar* i *Pari-pres* zavise, u stvari, od jednog istog oligopola), koncentracija na jedan jedini list, na jedan jedini radio-odašiljač, na jedan jedini organizam filmske proizvodnje suviše protivreči potrebama za raznovrsnošću i individualnošću, protivreči potrebi za onom, makar i najmanjom slobodom u igri koja je od životne važnosti za kulturnu industriju.

Ravnoteža *koncentracija* — decentralizacija, odnosno koncentracija — konkurencija uspostavlja se i menja zavisno od raznih činilaca. Otuda hibridna i nestalna struktura proizvodnje. U Francuskoj su se, na primer, posle krize 1931. filmski trustovi raspali; proizvodnja se rasparčala u male nezavisne firme; jedino je distribucija ostala pod kontrolom nekoliko velikih kompanija, a one, često, kontrolišu proizvodnju dajući avanse na budući prihod, i tako na neki način relativno obezbeđuju po-

novnu koncentraciju. U SAD, zbog konkurencije televizije, velike kompanije, kao Foks, decentralizovale su se, prepuštajući polunezavisnim producentima brigu o individualnosti.

Drukčije rečeno, sistem, svaki put kada je na to primoran, teži za tim da se vrati atmosferi konkurencije prethodnog kapitalizma. Isto tako, svaki put kada je na to primoran, dopušta da u njega prodre ono što je protivotrov birokratizmu. U državnom sektoru, na drugi način, neprestano tinja jak antibirokratski otpor — on postaje opasan čim se u sistemu pojavi neka pukotina: u izvesnim slučajevima, stvaralačke mogućnosti pisaca mogu biti veće nego u kapitalističkom sistemu, pošto je ovde briga o komercijalnoj dobiti sporedna. To je bio slučaj sa poljskim filmom od 1955. do 1957.

Ravnoteža — i neravnoteža — među oprečnim, birokratskim i antibirokratskim, snagama zavise isto tako i od samog proizvoda. Masovna štampa je birokratizovanija nego film, jer joj sam događaj već ukalupljuje originalnost i individualnost, jer je ritam publikacije dnevni ili nedeljni, jer je čitanje nekih novina vezano za ustaljene navike. Film svaki put treba da nađe svoju publiku, i svaki put mora pokušati da stvori tešku sintezu standardnog i originalnog: standard se koristi ranijim uspehom, a originalnost je zaloga novog uspeha, ali već poznato se izlaže opasnosti da dosadi, a novo — da se ne dopadne. Zbog toga film traži zvezdu, koja u sebi spaja nešto od prauzora i nešto individualno: prema tome, shvatamo.da je zvezda najbolja garancija masovne kulture, naročito filma.

U svakom pojedinom slučaju uspostavlja se, dakle, poseban odnos između industrijsko-birokratsko-monopolističko-centralizatorsko-standardizatorske logike i individualističko - inventivno -konkurentsko-autonomističko--novatorske protivlogike. Ovaj složeni odnos može biti izmenjen svakom promenom koja pogodi bilo koji od njegovih vidova. To je odnos snaga, podređen skupu socijalnih snaga koje posreduju između pisca i njegove publike; od tog odnosa snaga, najzad, zavisi umetničko i ljudsko bogatstvo proizvedenog delà.

Ovaj unakrsni odnos ostvaruje se zavisno od ravnoteže i neravnoteže. Protivrečnost invencija — standardizacija je dinamična protivrečnost masovne kulture. To je njen mehanizam za prilagođavanje publici i za prilagođavanje publike njoj. To je njena životnost.

Upravo postojanje ove protivrečnosti dozvoljava da se shvati taj ogromni stereotipizirani svet u filmu, šansoni, novinarstvu, radiju, s jedne strane, a, s druge — ta stalna invencija na filmu, u šansoni, novinarstvu, radiju, ta zona *stvaralaštva i talenta usred standardizovanog konformizma.* Jer industrijalizovana kultura u sebe uključuje Bresone i Brasense, Foknere i Velse, ponekad ih gušeći, ponekad ih razvijajući.

Drukčije rečeno, kulturnoj industriji je potrebna negativna elektroda da bi pozitivno delovala. Ta negativna elektroda je postojanje izvesne slobode u okrilju krutih struktura. Ta sloboda može da bude vrlo skučena, da najčešće služi dovršavanju standardne proizvodnje, dakle, da služi standardizaciji; ona ponekad može da proizvede neku vrstu Humboltove struje po površini ili unutar dubokih voda (»crna« struja američkog filma od 1945. do 1960, počev od Dmitrika, Kazana do Lasla Benedeka, Martina Rita, Nikolasa Reja, anarhistička struja francuske šansone sa Brasensom i Leom Fereom, itd.). Ona ponekad može munjevito da blesne: Kanal, *Pepeo i dijamanti.*

PROIZVODNJA I STVARALAŠTVO: INDUSTRIJALIZOVANO STVARALAŠTVO

»Stvaralac«, to jest autor, stvaralac sadržine i oblika svoga delà, kasno se pojavio u istoriji kulture: to je umetnik XIX veka. Potvrđuje se tačno u trenutku kad počinje industrijska era. A u trenutku prodora industrijskih, tehničkih postupaka u kulturu počinje da se raspada. Stvaralaštvo *teži* da postane *proizvodnja.*

Nove umetnosti industrijske kulture u izvesnom smislu vaskrsavaju stari kolektivizam umetničkog rada, iz doba anonimnih epopeja, graditelja katedrala, slikarskih radionica pre Rafaela i Rembranta. Postoji upadljiva analogija između, s jedne strane, Homerovih junaka i vitezova Okruglog stola, koje su jedni za drugim opevali zaboravljeni pesnici, i junaka feljtonskih epopeja u slikama u masovnoj štampi, koje ilustruju nizovi crtača koji takođe tonu u anonimnost. Tako, na primer, sa Džonom Karterom, junakom Edgara Rajsa Baroua, stupa na scenu »međuplanetarni vestern« u romanesknom obliku. Godine 1934. *King Features Syndicate* nalaže crtaču Aleksu Rejmondu da u slikama prikaže doživljaje ovog junaka, koji se pretvara u Flaša Gordona. Posle iznenadne smrti Aleksa Rejmonda, nasleđuje ga Ostin Brigs (1942—1949). Ovoga je zamenio Mark Reboj, pa Deni Bari... Isto tako, i Tarzanova sudbina prelazi iz ruke u ruku. A u Francuskoj su se stripom »Tri ugursuza« bavili razni crtači, posle Fortonove smrti, a danas na njemu radi Pelos. Ali novi kolektivizam nije prost nadovezak primitivnih oblika umetnosti. Prvi put u istoriji industrijska podela rada razbija u paramparčad jedinstvo umetničkog stvaralaštva, kao što manufaktura razbija u paramparčad zanatlijski rad.

Nova velika umetnost, koja oličava industrijsku umetnost, film, zavela je strogu podelu rada, sličnu onoj koja se primenjuje u fabrici od ulaska sirovine do izlaska gotovog proizvoda; sirovina filma je sinopsis ili roman koji treba adaptirati; lanac počinje sa adapterima, piscima scenarija, dijaloga, ponekad čak sa stručnjacima za *gegove* ili za *ljudske odnose (human touch),* zatim, istovremeno, nastupaju reditelj, dekorater, operater, tonski snimatelj, i, najzad, muzičar i monter dovršavaju kolektivno delo. Doduše, reditelj zauzima glavno mesto kao stvaralac filma, ali film je ostvarenje nastalo prema specijalizovanim normama proizvodnje.

Podela rada nije jednako sprovedena u drugim sektorima industrijskog stvaralaštva: televizijska proizvodnja je potčinjena istim pravilima, iako u manjem obimu, kao filmska. Radio-difuzna proizvodnja je različito potčinjena toj podeli rada, što zavisi od emisija. U štampi, u ilustrovanim časopisima a ponekad i dnevnom listu, urednička obrada sirovih informacija (agencijske depeše, vesti dopisnika), jezička obrada, takozvani rewriting (redigovanje), svedoče o tome da je stari oblik novinarstva zamenjen racionalnom podelom rada.

Ova podela rada koji je postao kolektivan je opšti vid racionalizacije koju za sobom povlači industrijski sistem, racionalizacije koja počinje fabrikacijom proizvoda, nastavlja se kroz planiranje proizvodnje, raspodele, i završava se proučavanjem kulturnog tržišta.

Ovoj racionalizaciji odgovara *standardizacija:* standardizacija kulturnom proizvodu nameće prave prostorno-vremenske kalupe: film mora da ima oko 2.500 m trake, to jest da traje sat i pô; novinski članci moraju da sadrže izvestan broj znakova, što unapred utvrđuje njihovu dužinu; radio-emisije su izmerene minutima. U štampi standardizacija stila vlada tamo gde vlada i re-

digovanje. Velike teme imaginarnog (romani, filmovi) i sami su, u izvesnom smislu, prauzori i stereotipovi pretvoreni u standarde. U tom smislu, kako kaže Rajt Mils u *Belom okovratniku,* »formula zamenjuje formu«.

Ali podela rada nije sasvim nespojiva sa individualizacijom dela: ona je već stvorila svoja remek-dela u filmu, mada bi u stvari najbolji uslovi za stvaranje filma bili baš oni u kojima bi stvaralac preuzeo različite poslove koji su inače industrijskim načinom proizvodnje odvojeni (ideju, scenario, dijalog, realizaciju, montažu). A sama standardizacija ne povlači obavezno za sobom gubitak individualizacije; ona može biti industrijski ekvivalent klasičnih »pravila« umetnosti, kao što je pravilo o tri jedinstva, koje je nametalo oblike i teme. Objektivne stege ili guše, ili, suprotno, oživljuju umetničko delo. Vestern nije ništa stroži od klasične tragedije, a njegove kanonizovane teme dozvoljavaju prefinjene varijante od *Poštanskih kola* do Bronka, *Tačno u podne, Sejna, Džoni Gitare, Rio Bravo.*

Prema tome, ni podela rada ni standardizacija nisu same po sebi prepreke individualizaciji delà. U stvari, one teže da ga istovremeno i priguše i ožive: što se kulturna industrija više razvija, to se više poziva na individualizcaiju, ali opet teži za tim da je standardizuje. Holivud nije tražio scenarije od nadarenih pisaca u doba svojih zanatskih početaka; tek u doba procvata industrijskog sistema ova fabrika snova ugovorom vezuje Foknera ili otkupljuje prava na ekranizaciju od Hemingveja. Ta orijentacija na velikog pisca, koja donosi maksimalnu individualizaciju, u isto vreme je i protivrečna, jer čim je angažovan, Fokneru je, izuzmemo li jedan jedini slučaj, postalo nemoguće da piše foknerovska scenarija i ograničio se na to da doteruje standardne sadržaje.

Drugim recima, dijalektika standardizacija-individualizacija najčešće se svodi na neko srednje rešenje.

Orijentacija prema individualizaciji se ne ogleda samo u pozivanju na negativnu elektrodu (»stvaraoca«), nego i u traženju pripomoći od super-individualiteta, od vedete. Prisustvo vedete super-individuališe film. Štampa neprestano troši i stvara vedete po uzoru na filmske zvezde: razne Elizabete, Margarete, Bobije, Kopije, Hercoge, Bombare, Rubiroze. Vedete su istovremeno strukturisane (mogu se standardizovati) i individualizovane, i tako njihov hijeratizam na najbolji način razrešava osnovnu protivrečnost. Ovo može biti jedan od glavnih razloga vedetizacije (na čemu se nisam dovoljno zadržao u svojoj knjizi o filmskim zvezdama).

Između ta dva pola individualizacije, između vedete i autora (pisca scenarija ili realizatora filma, emisije, redaktora članka) dejstvuje izvesna, najčešće neprijatna, dijalektika. Što se više vedetin individualitet povećava, utoliko se autorov individualitet smanjuje, i obrnuto. Najčešće vedeta ima prevagu nad piscem. Kaže se »Gabenov film«. Vedetina individualnost uništava autorovu. A autorova individualnost se potvrđuje u filmu u kojem ne igra vedeta.

A sada možemo da dodirnemo problem *autora,* koga kulturna industrija koristi i istovremeno »kinji« u njegovoj trostrukoj ulozi umetnika, intelektualca, stvaraoca. Vrlo visokim honorarima kulturna industrija privlači i vezuje novinare i nadarene pisce: ali ona utiče da plodom urodi samo onaj deo talenta koji se može uskladiti sa standardom. Tako se usred industrijske kulture obrazuje stvaralačka inteligencija, koju teško pritiskuju podela rada i birokratija, i čije su mogućnosti polurazvijene. Redaktor anonimno stilizuje Margaretine avanture u *Frans dimanšu.* On o događajima u oktobru

1917. priča kao da je reč o kriminalističkom romanu u kojem Lenjin igra ulogu trećeg čoveka. Pisac scenarija »klepa« scenarija koja prezire. Dasen podnosi Lolobriđidu da bi snimio film Zakon, Laslo Benedek, da bi se spasao zaborava, prihvata konvencionalne budalaštine nekog rukopisa. I tako često sretamo autore koji kažu: »Nije to moj film, bio sam prinuđen da uzmem tu vedetu — morao sam da prihvatim taj *happy end* — bio sam prinuđen da napišem taj članak, ali ga neću potpisati — trebalo je da to kažem u ovoj emisiji«. U kulturnoj industriji sve češće se javlja autor koji se ne samo stidi svog delà nego i odbija da ga prizna kao svoje. *Autor ne može više da se poistoveti sa svojim delom.* Neka se odbojnost razliva između njega i delà. Tako nestaje najveće umetnikovo zadovoljstvo — da se poistoveti sa svojim delom, odnosno da se potvrdi svojim delom, da kroz delo transcendira sebe samog.

Taj fenomen otuđenja nije lišen sličnosti sa fenomenom industrijskog radnika, ali pod posebnim subjektivnim i objektivnim okolnostima i sa jednom bitnom razlikom: autor je prepfaćen.

Rad koji autor najviše prezire je često najbolje nagrađen, i ta obeshrabrujuća korelacija rađa cinizam, agresivan stav ili nesavesnost, što se sve mesa s dubokim nezadovoljstvom koje proističe iz umetničke ili intelektualne frustracije. To objašnjava što jedan deo stvaralačke inteligencije, nepriznat od strane postojećeg sistema, i sâm, sa svoje strane, negira taj sistem i svoje nade u osveti i slobodi polaže u ono što veruje da je suprotnost ovom sistemu; na primer, u sistem u Moskvi. To objašnjava što su se među najbolje plaćenim piscima scenarija na svetu, onim u Holivudu, mogli razviti potajni progresivizam, jetki antikapitalizam. (Makartijev »lov na veštice« je otkrio da standardizovani Grad

Snova potajno nagriza duboko nezadovoljstvo. Isto tako, u francuskoj štampi, u francuskom filmu grupa podjarmljene a preplaćene inteligencije u progresivizmu nalazi utehu svom nezadovoljstvu).

Ali pod pritiskom koji trpi, autor može da iscedi sok koji će napojiti delo. Pored toga, sloboda igre između standardizacije i individualizacije mu ponekad dozvoljava, zavisno od ranijih uspeha, da postavlja svoje uslove. Odnos standardizacija-invencija nije nikad stalan ni zaustavljen, menja se u svakom novom delu, u zavisnosti od odnosa snaga proisteklog iz posebnih okolnosti. Tako je »novi talas« na filmu doveo do povlačenja, ne znamo koliko velikog i dugotrajnog, ali stvarnog udaljavanja od standardizacije.

Najzad, postoji marginalna i centralna zona u kulturnoj industriji. Autori mogu da se iskažu putem marginalnih filmova, koji su načinjeni s manje troškova, posredstvom manje važnih emisija na radiju i televiziji, putem novinskih listova koji nemaju veliki tiraž. Tome nasuprot, standardizacija ograničava udeo invencije (na stranu časni izuzeci) u ključnom sektoru kulturne industrije, ultrakoncentrisanom sektoru, sektoru gde postoji težnja za maksimalnom potrošnjom.

III

ŠIROKA PUBLIKA

Svaki industrijski sistem, i nezavisno od trke za profitom, teži za tim da se proširi, a svaka masovna proizvodnja namenjena potrošnji ima vlastitu logiku, logiku maksimalne potrošnje.

Ni kulturna industrija ne može da mimoiđe ovaj zakon. Staviše, u svojim najkoncentrisanijim i najdinamičnijim sektorima ona teži da stekne univerzalnu publiku. Ilustrovani časopisi kao *Lajf* ili *Pari-mač,* ilustrovani listovi kao što je *Frans-soar,* holivudska superprodukcija ili velika kosmopolitska koprodukcija obraćaju se svakome i nikome, svim godištima, predstavnicima oba pola, različitim društvenim klasama, to jest celoj nacionalnoj publici, a eventualno i svetskoj.

Tragedije za raznovrsnom publikom nameće i traganje za raznovrsnošću u informacijama ili u imaginarnom; traganje za širokom publikom nameće traženje jednog zajedničkog imenitelja.

Nedeljni list kao *Pari-mač* ili Lajf sistematično je eklektičan: u istom broju nalaze mesto duhovnost, erotika, religija, sport, humor, politika, igre, film, putovanja, istraživanje, privatni život vedeta i princeza, itd. Standardni filmovi takođe gledaocu nude ljubav, akciju, humor, erotiku, u različitim srazmerama; u njima su izmešani muški (agresivni) i ženski (sentimentalni) sa-

držaji, teme za mlade i teme za odrasle. Raznovrsnost novina, filma, radio-programa treba da zadovolji sva interesovanja i sve ukuse i time da osigura maksimalnu potrošnju.

Ta raznovrsnost je istovremeno sistematizovana, *homogenizovana* (ovo je izraz Dvajta Makdonalda), raznovrsnost po opštim normama. Jednostavno, jasno, neposredno redigovanje želi poruku da učini razumljivom neposredno shvatljivom. *Redigovanje* proizvodi homogenizovani stil — univerzalni stil — a ta univerzalnost pokriva najrazličitije sadržaje. Štaviše, kada direktor nekog velikog lista ili filmski producent kaže »moja publika«, oni imaju u vidu sliku prosečnog čoveka, koja je u stvari proizvod obima prodaje, sliku koja je i sama homogenizovana. Oni tom prosečnom idealnom čoveku pripisuju šta voli, a šta ne voli; taj čovek može shvatiti da je Van Gog bio ukleti slikar, ali ne i to da je bio homoseksualac; on može prihvatiti nešto od Koktoa ili Dalija, ali ne od Bretona ili Perea. Homogenizacija teži za tim da prosečnom idealnom čoveku najrazličitiji sadržaji postanu euforično prihvatljivi.

Tu težnju za homogenizovanjem različitih sadržaja pod zajedničkim imeniteljem najbolje možemo objasniti rečju sinkretizam.

Otkako je zavladao dugometražni film, film teži sinkretizmu. Većina filmova sinkretizuje mnogobrojne teme u okviru velikih filmskih žanrova: tako će u jednom pustolovnom filmu biti ljubavi i komičnog, u ljubavnom filmu će biti avanturističkog i komičnog, u komičnom filmu biće ljubavi i pustolovnog. Međutim, **sve** su te teme izražene jednim homogenizovanim jezikom (iako postoji beskonačan broj mogućih oblika). Radio teži sinkretizmu, zabavne melodije smenjuju govorne emisije, ali ceo taj skup je homogenizovan stilom emitovanja koji se zove radiofonski. Masovna štampa i ilustrovani časopisi teže sinkretizmu time što se trude da zadovolje celu skalu interesovanja, ali putem stalne retorike.

Sinkretizam teži da u izvesnoj meri ujedini dva sektora industrijske kulture: sektor informacija i sektor romanesknog. U informativnom sektoru prvo mesto zauzimaju male *vesti* (odnosno odsečak stvarnosti u kojem neočekivano, čudnovato ubistvo, nesrećan slučaj, avantura prodiru u svakodnevni život) i *vedete,* koje kao da žive izvan svakodnevne stvarnosti. Prednost ima *sve ono sto u stvarnom životu podseća na roman ili san.* I ne samo to, informacije su zaogrnute romanesknim elementima, koje novinari često izmišljaju ili zamišljaju (ljubavi vedeta i princeza). Tome nasuprot, u imaginarnom sektoru preovladava realizam, odnosno romaneskna radnja i zapleti, koji deluju kao stvarnost. Masovnu kulturu nadahnjuje ova dvostruka igra imaginarnog koje podražava stvarnost i stvarnog koje se kiti bojama imaginarnog. Ovo dvostruko spajanje stvarnog i imaginarnog (film *Praznik u Rimu* liči na stvarnost a Margaretine ljubavi na film), ovaj čudesni i vrhunski sinkretizam uključuje se u trku za maksimalnom potrošnjom, a masovnoj kulturi daju jednu od njenih osnovnih karakteristika.

NOVA PUBLIKA

Početkom XX veka, barijere između društvenih klasa, generacija, stupnjeva obrazovanja odvajale su i kulturne zone jedne od drugih. Angažovana štampa veoma se razlikovala od informativne štampe, građan-

ska štampa od štampe za mase, a ozbiljna od zabavne štampe. Književnost za široke slojeve je bila pod jakim uticajem melodramskih i pustolovnih obrazaca. Dečja književnost je bila sladunjava ili dušebrižnička, romani za dobru decu ili onu koja maštaju o putovanjima. Film koji se rađao bio je još vašarski spektakl.

Ove barijere nisu porušene. Obrazovali su se novi slojevi: štampa namenjena ženama i dečja štampa razvile su se od pre pedeset godina i stvorile svoju posebnu publiku.

Ove nove slojevitosti ne treba da nam prikriju osnovni dinamizam masovne kulture. Tridesetih godina, najpre u SAD, zatim u zapadnim zemljama, izbija novi oblik štampe, radija, filma, čija je karakteristika da se obraćaju *svima.* Tako u Francuskoj nastaje *Pari-soar,* dnevni list namenjen obrazovanima kao i neobrazovanima, građanskoj klasi kao i narodnim masama, muškarcima kao i ženama, mladima kao i starijima; Pari soar teži za univerzalnošću, i to stvarno i postiže. Ne privlači sve čitaoce, ali ipak ima čitaoce iz svih redova, iz svih kategorija. Zatim dolazi do promene Mača; sportski časopis se pretvara u časopis za sve, to je otac današnjeg *Pari-mača,* koji i sam teži za univerzalnošću. Uporedo je stvoren *Radio-site,* radiofonski *Pari-soar. Radio-site* stvara novi privlačni centar, dinamični stil raznolikosti. Za to vreme od vašarskog spektakla film je postao spektakl za sve.

Rat i okupacija prekidaju razvojni tok masovne kulture, zatim se ona obnavlja i danas, sudeći po Radio-Luksemburgu i Evropi br. 1, po *Frans-soaru, Pari-maču,* po *Žur de Fransu,* po filmovima sa vedetama i super-spektaklima, možemo konstatovati da je najdinamičniji, najkoncentrisaniji sektor kulturne industrije istovremeno onaj koji je stvarno stvorio i osvojio »široku publiku«, »mase«, to jest različite društvene slojeve, različite generacije i različite polove.

Naporedo s tim razvija se i štampa namenjena deci i ona za žene. Veliki međunarodni koncern Opera Mundi ti Francuskoj stvara novu dečju štampu sa *Tarzanom,* novu žensku štampu sa rubrikom *Poverljivi razgovori.* Posle toga su ove dve vrste štampe za masovnu kulturu osvojile dečji i ženski svet. A, kada se bliže pogleda, štampa namenjena ženama nije u neslozi sa štampom namenjenom muškarcima. Masovna štampa nije »muška«, ona je žensko-muška, kao što ćemo kasnije videti. Štampa namenjena ženama se pretežno specijalizovala za ženske sadržaje, dok su oni u muško-ženskoj štampi razjedinjeni i odvojeni.

A sama dečja štampa, koju je bukvalno stvorila kulturna industrija i koja danas cveta s *Mikijem, Tentenom, Spiruom* specijalizuje se za dečje sadržaje koji su, opet, u štampi za odrasle, razjedinjeni ili odvojeni (dečja strana, stripovi, igre). Ali ona je istovremeno priprema za štampu odraslih.

Postojanje masovne dečje štampe pokazuje da ista industrijska struktura upravlja i dečjom štampom i onom za odrasle. Obeležja različitosti se na taj način preobraćaju u komunikacione elemente. U isto vreme jaz između dečjeg sveta i sveta odraslih ispoljava težnju da se smanji: masovna štampa za odrasle je prožeta dečjim sadržajima (konkretno najezdom stripova) i obilato se koristi slikama (fotografijama, crtežima), to jest jezikom shvatljivim i privlačnim za dete; u isto vreme dečja štampa je postala sredstvo upućivanja u masovnu kulturu. Možemo smatrati da je četrnaest godina doba kada dete pristupa masovnoj kulturi odraslih: to je doba kada se već gledaju filmovi svih žanrova (ukoliko, naravno, nisu zabranjeni), kada već počinje zagrevanje za

program i uspeh ekskluzivnih sala nije uvek isti kao u predgrađima, iako često jeste. Slušanje radija se razlikuje po izboru kanala i programa, i ta razlika u ukusu takođe je odraz parcijalne društvene diferencijacije. Način rasturanja časopisa često zavisi od društvenih slojeva. *Frans-dimanš* je bliži narodu, *Noar* e *blan* manje nego *Pari-mač*. *Pari-pres* je bliži građanima, *Mond* intelektualniji od *Frans-soara;* radnik ili građanin različito ocenjuju članke u istim novinama, ali *Pari-mač* i *Frans-soar* veliko su uživanje za sve klase.

Ako se podsetimo na to da su u SAD i u zapadnoj Evropi društvene klase i kategorije odvojene na radu, i to odnosima podređen — nadređen ili kupac — prodavač, da ih odvaja i mesto stanovanja (bez obzira na to što se nove zgrade dižu u svim, nekad razdvojenim, četvrtima), možemo slobodno izneti tvrdnju da je industrijska kultura *jedino veliko polje na kojem društvene klase komuniciraju:* u istom trenutku i radnik i gazda će pevuckati pesmu iz repertoara Edit Piaf ili Dalide, gledaće isti program na televiziji, pratiće iste crtane priloge u *Frans-soaru,* gledaće (gotovo u istom trenutku) isti film. A ako razmislimo o zajedničkoj dokolici, o letovanju, koje je zajedničko i radnicima, i službenicima, rukovodećim kadrovima, trgovcima (ostaje razlika između naselja pod šatorima i vila), možemo već uočiti da nova kultura dovodi do homogenizacije običaja.

Ovo kretanje je utoliko značajnije što ide u pravcu sociološke evolucije: stvara se džinovski sloj zaposlenih na industrijskom Zapadu, u koji uvire, s jedne strane, nekadašnji radnički proletarijat, koji pristupa potrošačkom nivou života i stiče socijalno osiguranje, s druge strane, nekadašnja srednja klasa, koja se uliva u taj novi sloj zaposlenih (sitne zanatlije, sitni vlasnici, sitni trgovci, koji postaju rukovodeći kadar, službenici, plaćeni radnici u velikim industrijskim, trgovačkim ili administrativnim telima).

Ovaj novi »sloj zaposlenih« ostaje heterogen: mnogobrojne pregrade se zadržavaju ili nove stvaraju među različitim socijalnim »statusima«: »beli okovratnici« odbijaju da se izjednače sa radnicima, radnici ostaju svesni pripadnosti svojoj klasi, fabrika ostaje geto industrijske civilizacije. Ugled, konvencije, hijerarhija, društvene revandikacije stvaraju razlike i cepkaju ovaj veliki sloj. Ali ono što ga homogenizuje nije samo *status zaposlenog* (socijalno osiguranje, pravo na penziju, ponegde osiguranje u slučaju nezaposlenosti) već je to *istovetnost vrednosti potrošnje,* a to su one opšte vrednosti koje prenose *mass-media,* to je ono jedinstvo koje karakteriše masovnu kulturu.

I tako, jednom novom sloju zaposlenih, na putu homogenizacije i heterogenizacije (ove dve protivrečne tendencije se ostvaruju na različitim nivoima), odgovara i kultura koja je i sama na putu homogenizacije i heterogenizacije. Ne kažem da kulturne slojevitosti odgovaraju slojevitostima novog društvenog sloja, želim samo da ukazem na jednu širu i opštiju društvenu podudarnost. Ta nova industrijska kultura bi bila, dakle, u izvesnom smislu kultura čije bi se središte razvoja nalazilo u novom sloju zaposlenih. Možemo odmah postaviti nekoliko problema, iako ćemo ih moći dublje razmotriti tek nešto dalje. Ako je tačno da novi sloj zaposlenih karakteriše porast »belih okovratnika«, to jest službenika (od 1930. do 1950. broj *white collars jobs* se u SAD povećao od 30 na 37°/o), ako je tačno ono što kaže Leo Bogart: »SAD su danas zemlja srednje klase, ne samo sudeći po prihodima već i sudeći po vladajućim vrednostima«,[1]

[1] *The Age of Television,* str. 2, vidi bibl. str. 243.

onda možemo pretpostaviti da nova kultura isto tako odgovara nadmoćnosti (ili porastu) vrednosti »srednje klase« u okviru novog sloja zaposlenih pod uslovom, naravno, da ne mislimo toliko na stare srednje klase (male vlasnike, male zanatlije, male seljake) koliko na stapanje malograđanskih vrednosti sa vrednostima modernog welfare-a*.

Drukčije rečeno, nova kultura nalazi mesto u sociološkom kompleksu koji su stvorili kapitalistička privreda, demokratizacija potrošnje, nastanak i razvoj novog sloja zaposlenih, porast izvesnih vrednosti. Ona je — kada se posmatraju društvene klase, kada se posmatraju društveni statusi u okviru novog sloja zaposlenih — zajedničko mesto, sredstvo komunikacija između tih različitih slojeva i različitih klasa. Tako već nalazimo u izvesnim centrima za odmor, kao što je Mediteranski klub, fizički pomešane radnike, službenike, rukovodeći kadar, stručnjake, a ne više samo imaginarno pomešane, u osamljenosti pri slušanju radija, čitanju novina ili u nekoj zamračenoj dvorani.

Stoga možemo, kao Leo Bogart, tvrditi da »nivelacija društvenih razlika predstavlja deo standardizacije ukusa i interesovanja kojima mass-međia daju izraz i koje potpomažu u tome«.[2] Time još jednom dodirujemo suštinski problem. Ali zadržimo se, za trenutak, još na potvrdi sinkretizma i homogenizovanosti koji čine obeležje industrijske kulture.

To obeležje se, naposletku, potvrđuje i u ravni naroda. Težnja za homogenošću istovremeno je *kosmopolitska* težnja koja nastoji da umanji kulturne nacionalne razlike u korist kulture velikih međunarodnih područja. Industrijska kultura, u svom najkoncentrisanijem, najdinamičnijem sektoru, već je organizovana kao međunarodna. Veliki novinski koncerni, kao Opera Mundi, koncern Del Duka, dostavljaju materijal koji ide na raznim jezicima, posebno u oblasti stripova i sentimentalne štampe. Holivudski filmovi nemaju u vidu samo američku već i svetsku publiku, i već više od jedne decenije specijalizovani uredi odbacuju teme koje bi mogle da povrede gledaoce Evrope, Azije ili Afrike. U isto vreme je sve češća nova vrsta filma, kosmopolitskog po strukturi; to je koprodukcioni film, koji objedinjuje ne samo kapital već i zvezde, autore, tehničare iz različitih zemalja. Tako je, na primer, *Brana na Pacifiku,* francusko-italijansko-američka koprodukcija, snimljena u Tajlandu, film je režirao Francuz prema romanu Francuskinje Margarete Dira, koji je za film prilagodio Irvin So, sa italijanskom vedetom (Silvanom Mangano) i američkom zvezdom (Entoni Perkinsom).

* blagostanje. —Prim. *prev.*

2 The *Age of Television,* str. 3.

Svaki titlovani film je već kosmopolitski. Svaki sinhronizovani film je čudan, kosmopolitizovan proizvod, kojem je iščupan sopstveni jezik da bi bio zamenjen tuđim. Takav film ne podleže zakonima prevođenja kao knjiga, već zakonima industrijskog ukrštanja.

Industrijska kultura adaptira lokalne folklorne teme i pretvara ih u kosmopolitske, kao vestern, džez, tropski ritmovi (samba, mambo, ča-ča-ča itd.). Uzimajući taj kosmopolitski zalet, ona, s jedne strane, favorizuje kulturni sinkretizam (koprodukcione filmove, presađivanje u jednu kulturnu sredinu tema iz druge), a, s druge — »antropološke« teme, to jest teme prilagođene opštem ljudskom imenitelju.

Ovaj kosmopolitizam zrači iz jednog centra, koji nadmašuje sve ostale: to su Sjedinjene Države. Tamo je

i rođena masovna kultura. Tamo je i koncentrisan maksimum njene moći i energije, koji deluje na ostali svet.

Kulturna industrija se razvija na planu svetskog tržišta. Otuda njena ogromna težnja ka sinkretizmu — eklektizmu i ka homogenizaciji. Ne premošćujući ipak sve razlike, njena imaginarna, igračka, estetička bujica nagriza lokalne, etničke, društvene, nacionalne, generacijske, polne, obrazovne barijere; ona iz folklora i tradicija grabi teme, a zatim ih čini univerzalnim, izmišlja teme koje su odmah univerzalne.

Ponovo dolazim do problema zajedničkog imenitelja, čoveka istovremeno »prosečnog« i »univerzalnog«, ujedno idealnog i apstraktnog i sinkretističkog i mnogostrukog uzora masovne kulture.

PROSEČNI COVEK

Kakav je taj univerzalni čovek? Da li je to proste čovek, odnosno stepen čovečnosti zajednički svim ljudima? I jeste i nije. Jeste, kad je reč o *imaginarnom* čoveku, koji uvek odgovara na slike putem projekcije i identifikacije. Jeste, ako je reč o čoveku-detetu, koje se nalazi u svakom čoveku, koje je radoznalo, voli igru, zabavu, mitove, bajke. Jeste, ako je reč o čoveku u kojem je uvek prisutna ona zajednička podloga iz koje izviru sposobnosti da se percipira, razreši i pojmi.

U ovom smislu, prosečan čovek je jedna vrsta univerzalnog *anthroposa.*

Jezik prilagođen ovom anthroposu je *auditivno--vizuelan,* jezik sa četvorostrukom klavijaturom: slikom, muzičkim zvukom, rečju, pismom. Jezik utoliko prihvatljiviji što polifonično sjedinjuje sve jezike. Najzad, jezik

koji se pre i radije razvija na tkivu igre i imaginacije nego na tkivu praktičnog života. Međutim, granice koje razdvajaju imaginarna kraljevstva su uvek fluidne, za razliku od onih koje odvajaju kraljevstva na zemlji. Covek može lakše ući u legende neke druge civilizacije nego se prilagoditi životu te civilizacije.

I tako se težnja masovne kulture za univerzalnošću oslanja baš na ove antropološke temelje. Ona otkriva i budi prvobitnu univerzalnost.

Ali, u isto vreme, ona stvara novu univerzalnost na osnovu kulturnih elemenata svojstvenih modernoj civilizaciji, posebno američkoj civilizaciji. Zbog toga univerzalni čovek nije samo čovek zajednički svim ljudima. To je novi čovek koga razvija nova civilizacija koja teži ka univerzalnosti.

Težnja ka univerzalnosti se temelji, prema tome, ne samo na elementarnom anthroposu, već na dominantnom toku planetarne ere.

KULTURNA POTROŠNJA

U izvesnom smislu, nalaze primenu Marksove reci »proizvodnja stvara potrošača ... Proizvodnja ne proizvodi samo predmet za subjekat već i subjekat za predmet«.[3] Zaista, kulturna proizvodnja stvara masovnu publiku, univerzalnu publiku. Ali istovremeno ponovo otkriva ono što je bilo ispod toga: ljudsku podlogu zajedničku masovnoj publici.

U jednom drugom smislu, kulturna proizvodnja je određena samim tržištem. I po tom se obeležju ona iz osnova razlikuje od ostalih kultura: ove koriste takođe, i sve više i više, *mass-media* (štampa, film, radio i tele-

[3] Prilog kritici političke ekonomije.

vizijske emisije), ali imaju *normativni* karakter: njih nameću, iz pedagoških razloga ili službeno (u školi, na veronauci, u kasarni), u vidu naloga ili zabrana. U kapitalističkom svetu masovnu *kulturu* ne nameću društvene institucije, ona proizlazi iz industrije i trgovine, nju predlažu.[4] Ona je podvrgnuta tabuu (religije, države itd.), ali ga ne stvara: ona predlaže uzore, ali ništa ne naređuje. Uvek trpi posredništvo tržišnog proizvoda i stoga dobija neke njegove odlike, a to je da se pokorava zakonu tržišta, ponude i potražnje. Njen osnovni zakon je zakon tržišta.

Otuda njena relativna elastičnost. Masovna kultura je proizvod dijaloga vođenog između proizvodnje i potrošnje. Taj dijalog je neravnopravan. *A -priori* to je dijalog između blagoglagoljivog i nemog čoveka. Proizvodnja (novine, film, radio-emisije) umnožava priče, doživljaje, izražava se jednim jezikom. Potrošač — gledalac — odgovara samo refleksima Pavlova; da ili ne, uspeh ili neuspeh. Potrošač ne *govori.* On sluša, gleda, ili odbija da sluša i gleda. Teorijski posmatrano, ta ponuda i potražnja se poklapaju u veoma uskoj srazmeri (najviše 10°/o). Ali ako to posmatramo sa gledišta samih mehanizama potrošnje[5] i sa gledišta *vremena,* možemo

[4] Čak ni u totalitarnim državnim sistemima nije obavezno gledati film, slušati radio ili pratiti televiziju, čitati novine.

[5] Samoizbor je princip u potrošnji, to jest potrošač može da zatvori svoj radio ili televizor, da ne kupi novine, napusti bioskopsku salu. Uticaj reklame nije apsolutan, jer opinion-leaders upravlja izborom okoline u kancelariji, fabrici, porodici ili među prijateljima. Najzad, učestanost *bumerang efekta* (kada publika neku poruku protumači suprotno njenoj nameni) pokazuje nam da potrošač teško prima ono što je u suprotnosti sa njegovim sopstvenim procesima projekcije, identifikacije ili poimanja. To ne znači da on, sa svoje strane, slobodno odlučuje. Ali nema jedno-

primetiti da tokom godina teme koje doživljavaju uspeh ili propadaju, razvijaju se ili se učvršćuju na filmu, u štampi, na radiju ili televiziji izražavaju izvesnu dijalektiku odnosa proizvodnja—potrošnja.

Ne možemo postaviti uprošćenu alternativu: da li štampa (ili film, ili radio itd.) *stvara* publiku, ili publika stvara štampu? Da li se masovna kultura spolja nameće publici (i tako kod nje izaziva pseudopotrebe i pseudointeresovanja) ili odražava potrebe publike? Jasno je da je pravi problem u *dijalektici* između sistema kulturne proizvodnje i kulturnih potreba potrošača. Ta dijalektika je vrlo kompleksna pošto, s jedne strane, ono što se naziva publikom i jeste apstraktna ekonomska rezultanta zakona ponude i potražnje (to je »idealna prosečna publika« o kojoj sam već govorio), i što, s druge strane, državne stege (cenzura) i pravila industrijskog kapitalističkog sistema utiču na sam karakter pomenutog dijaloga.

Masovna kultura je, dakle, proizvod dijalektike proizvodnja — potrošnja u okviru opšte dijalektike, a to je dijalektika društva u svojoj celokupnosti.

stranog dejstva mass-međia na publiku. Američka istraživanja su, uostalom prirodno, dovela do ovog zaključka: »Najzad, jedna stvar mora biti jasna kada se govori o dejstvu mass-međia na javno mišljenje. A to je da rezultat dejstva na publiku nije prosta i neposredna posledica namera onog koji informiše ni sadržaja komunikacija. Čitaočeve ili slušaočeve sklonosti su duboko u vezi sa samom situacijom i mogu da blokiraju ili izmene očekivano dejstvo, odnosno da proizvedu bumerang efekt«. B. Berelson, *Communications and* Public Opinion in *The Process and Effects of Mass-Communication* (vidi bibl. 239). Samoizbor, opinion-leader, bumerang-efekt pogl. Lazarsfeld, Današnje *tendencije sociologije, komunikacija i ponašanje radio--televizijske američke* publike, vidi bibl. str. 240.

•I

IV

UMETNOST I PROSEK

Osvrnimo se ponovo na dosad posmatrane vrednosti, sada s tačke gledišta posledica po umetnost.

S jedne strane, prodor prema konformizmu i standardnom proizvodu, s druge — prodor prema umetničkom stvaralaštvu i slobodnoj invenciji.

U prvom smeru deluje država, koja je ili cenzor ili pokrovitelj. Postoji tehnobirokratska struktura, koja je uvek faktor konformizma.[1] Postoji industrijska struktura, koja je uvek faktor standardizacije. Postoji kapitalistička privreda, koja teži za tim da nađe maksimalnu publiku, sa već razmatranim posledicama: homogenizacijom, fabrikacijom kulture za novi sloj zaposlenih. A i sama publika, uzeta kao anonimna masa, shvaćena pod vidom prosečnog, apstraktnog čoveka, faktor je konformizma. Faktori konformizma deluju, dakle, od vrha do osnove sistema, na svim stupnjevima.

Ali, isto tako, na svim stupnjevima nailazimo i na protivteže. Država može osloboditi umetnost stega koje nameće dobit, otuda mogućnosti kako za raskošnu umetnost, kao što je Ejzenštejnov Aleksandar *Nevski,* tako i za istraživačku umetnost, kao što su MakLorenovi fil-

1 Za Vajta (White) »ekipni rad«, po normama moderne menadžerske organizacije, i sam je značajan faktor konformizma (vid. *Covek* i organizacija).

movi za *National film board of Canada.* Privatni kapital može da oslobodi umetnost stega koje nameće država, S druge strane, stvaralaštvo može da iskoristi sve pukotine u snažnom državnom ili kapitalističko-industrijskom sistemu, sve promašaje velike mašine. Može se reći da u kapitalističkom sistemu kosmopolitski proizvođač, mali Jevrejin Pinija koji je postao milijarder, igra progresivnu ulogu u odnosu na »normalnog« upravljača, poslovnog čoveka, bankara. On se ponekad izlaže riziku, čije posledice, usled svoje neobrazovanosti, ne može da predvidi, ponekad ima poverenja u sasvim besmislene poduhvate, smatrajući da je osetio njihovu rentabilnost. Američki i francuski film još nije potpuno birokratizovan, još uvek podseća na svoje poreklo i još uvek je ostalo nešto od starog hazardnog i svaštarskog sistema, bez ideologije i konformističkih predrasuda. Još uvek ima nečeg jevrejskog u filmu, odnosno nečeg nekonformističkog, ne sasvim prilagođenog i integrisanog. Po pravilu, sve ono iz starog džungla-savana sektora industrijskog društva uspelo je da se održi, sve što uspeva da izdrži konkurenciju podržava proboj originalnog i inventivnog. S druge strane, potrebe novog sloja zaposlenih, a kome se obraća kulturna industrija, u punom su previranju, vezuju se za osnovne probleme čoveka u potrazi za srećom. One zahtevaju, dakle, ne samo najobičniju zabavu već i sadržaje koji tretiraju najdublji deo ljudskog bića.

To je, dakle, znatno manje krut sistem nego što u početku izgleda: u izvesnom smislu u osnovi zavisi od invencije i stvaralaštva, koji su, opet, njemu podređeni; otpori, težnje i kreativnost intelektualne grupe mogu da imaju ulogu unutar samog sistema. Inteligencija nije uvek sasvim pobeđena u svojoj borbi za autentični izraz i slobodu stvaranja.

I eto zašto, premda fabriku je i standardizuje, sistem isto tako omogućava filmu da bude i umetnost. U okviru same serijske proizvodnje postoje igre za odrasle, postoje dečiji listovi, šansone u modi, feljtoni, stripovi, razni *Besnovi* i razni *Super kreteni na zemlji,* prepuni fantazije, humora ili poezije.

Ukratko, kulturna industrija ne proizvodi samo klišee i čudovišta. Državna industrija i privatni kapitalizam ne ubijaju svako stvaralaštvo. Državni sistem, jedino, može, u slučaju krajnje političke ili religiozne krutosti, za izvesno vreme, koje je ponekad i dosta dugo, gotovo sasvim da uništi samostalni izraz.

Između polova razuzdanog onirizma i stereotipizi^" rane standardizacije razvija se velika prosečna kulturna struja, u kojoj venu najinventivniji izdanci, ali u kojoj se doteruju najgrublji standardi. U SAD, Engleskoj, Francuskoj stalno opadaju listovi i časopisi »nižeg stupnja« u korist onih na srednjem. Reč prosečnost treba razumeti u onom pravom značenju, to jest kao osobinu onoga što je prošek, a ne toliko u pejorativnom smislu. Niske vode rastu, a visoke opadaju. »Zar niste primetili da naši novinari postaju sve bolji, a naši pesnici sve gori«, kaže Robert Muzil (Robert Musil) kroz Arnhajmova usta u delu *Čovek bez osobina.*[2] I doista, standard se stvarno snabdeva talentima, ali guši genijalnost. Dopisnik Pari-maća piše bolje nego Anri Bordo, ali ne bi mogao da bude Andre Breton.

Književni kvalitet, a naročito tehnički kvalitet raste u industrijalizovanoj kulturi (kvalitet redigovanja članaka, kvalitet filmske ili televizijske slike, kvalitet radio-emisija), ali irigacioni kanali ne udaljavaju se od puteva koje je odredio sistem. Svugde kvalitet Busaka

[2] *L'homme sans qualité, t. II,* str. 436. - • .

zamenjuje i bofl i stvari stare ručne izrade. Svugde najlon zamenjuje stare pamučne tkanine i prirodnu svilu. *Industrijsko usavršavanje* objašnjava taj porast i to opadanje kvaliteta. Podizanje kvaliteta standarda ne odgovara više aristokratskim kriterijumima o suprotnosti kvaliteta i kvantiteta: ono izvire iz samog kvantiteta. Na primer, kvalitet vesterna proističe i iz njihovog kvantiteta, to jest iz duge tradicije serijske proizvodnje. U isto vreme, postoji težnja da se i »genije« integriše, ali više kao kuriozitet, novitet, neobičnost, skandal. Kokto i Pikaso pripadaju galeriji zvezda zajedno sa Distelom, Margaretom, B. Bardo. »Genije« daje oznaku »visoka kultura«, slično oznaci »visoka moda«; Pikaso, Bife, Kokto su Diori, Balansijage, Lanveni masovne kulture.

Srednja struja preovlađuje i izjednačuje, mesa i homogenizuje, odnoseći Van Goga i Zana Noena. Ona podržava prosečne estetske vrednosti, prosečnu poeziju, prosečne talente, prosečne smelosti, prosđene vulgarnosti, prosečnu inteligenciju, prosečnu gluposi. Masovna kultura je prosečna po svome nadahnuću i pt> svojim težnjama, jer ona je kultura zajedničkog imenitelja različitih uzrasta, polova, klasa, naroda, jer je vezana za sredinu iz koje je potekla, za društvo u kome se razvija prosečna ljudska zajednica sa prosečnim životnim nivoom, sa prosečnim tipom životari

Ali ta glavna struja nije jedina. U isto vreme se stvara i protivstruja u kulturnoj industriji. Dok srednja struja uspeva da *pomela* standardno i individualno, protivstruja se javlja kao negativ dominantne struje.

Glavna struja u Holivudu se odlikuje *happy end-om,* srećom, uspehom; protivstruja, ona koja počinje filmom *Smrt trgovačkog putnika* i ide do *Veresije ima* pokazuje neuspeh, ludilo, propadanje. Negativni spletovi su istovremeno uvek i drugostepeni i uvek prisutni. Tako vidimo da je glavna protivrečnost u ovome: sistem teži za tim da neprestano izlučuje sopstvene protivotrove, i neprestano nastoji da spreči njihovo dejstvo: ova protivrečnost se neutrališe u *srednjoj struji,* koja je ujedno glavna struja; ova protivrečnost se zaoštrava u suprotnosti između negativne protivstruje i glavne struje, ali se nastoji da negativna bude odbačena na periferiju.

I, najzad, postoji treća struja, crna struja, struja u kojoj sve vrvi od stavljanja u pitanje i odbacivanje, i koja ostaje izvan kulturne industrije: delimično usvaja, prilagođava sebi i prerađuje za javnost neke aspekte, recimo, Marksa, Ničea, Remboa, Frojda, Bretona, Perea, Artoa, ali ukleta strana, *antiproton kulture,* tj. njegov radij um ostaju izvan nje.

Pa šta? Sta je postojalo pre masovne kulture? Da li su Helderlin, Novalis, Rembo bili priznati za života? Zar u književnosti i umetnosti nisu vladali građanski konformizam, nadmena osrednjost? Zar nije bilo akademika, odlikovanih ljudi, književnih salona i pre menadžera masovne štampe, filmskih producenata, birokrata na radiju ...? Stara »visoka kultura« se užasavala onoga što je izazivalo preokret u idejama i oblicima. Stvaraoci su se iscrpljivali, a nisu mogli ipak da nametnu svoje delo. Nije bilo zlatnog doba kulture ni pre industrijske kulture.

A ni ova ne najavljuje zlatno doba. U svome kretanju pruža više mogućnosti nego stara ukočena kultura, ali u svome traženju prosečnog ona uništava ove mogućnosti. Borba između konformizma i stvaralaštva, između ukočenog uzora i invencije se nastavlja u drugim oblicima.

V

VELIKI KREKING

Posredstvom ploča i radija umnožavaju se Bah i Alban Berg.[1] Džepnim izdanjima umnožavaju se Mario, Kami, Sartr. Reprodukcijama se umnožavaju Pjero delà Frančeska, Mazačo, Sezan ili Pikaso. Drugim recima, *kultura* obrazovanog sveta se demokratizuje jeftinom knjigom, pločom, reprodukcijom.

Postoji, dakle, zona u kojoj razlika između kulture uopšte i masovne kulture postaje sasvim formalna: *Ljudska sudbina, Mučnina* ili *Kuga* ulaze u masovnu kulturu ne napuštajući, međutim, kulturu obrazovanog sveta.

Ova demokratizacija kulture obrazovanog sveta; jeste jedan od tokova masovne kulture, ali, kako ćemo dalje videti, to nije ni glavni niti specifični tok.

S druge strane, ako ova demokratizacija — umnožiteljica delà, možda najavljuje izvesnu buduću intégračiju dva toka, time ne šteti privilegijama visoke kulture. Cak i kada su u pitanju delà koja podležu toj demokratizaciji, visoka kultura zadržava sektor u kojem neguje monopol na *aktuelno* i *originalno.* Džepna izdanja se pojavljuju tek pošto je prošlo izvesno vreme od prvog

[1] 20 miliona Toskaninijevih ploča prodato od 1920. do 1955; 60 miliona Mocartovih ploča od 1903. do 1955.

izdanja. Ploča ne zamenjuje svečanost kakva je koncert. Reprodukcija neke slike nikako ne smanjuje fetišiziranu vrednost originala.

Visoka kultura se opire integraciji, ponekad putem fetišizacije izvesnih vrednosti, kao što je potpis umetnika u dnu slike, iako bi reprodukcija, u stadijumu savršenstva do koga se došlo, mogla da poništi vrednost originala isto onako kao što prototip automobila gubi svaku vrednost čim počne serijska proizvodnja. Ali, reprodukcija, u kulturnom pogledu, uzdiže original. To znači da, u izvesnom smislu, ovu fetišizaciju možemo smatrati kao otpor pobedničkoj invaziji masovne kulture.

Sa svoje strane, industrijska kultura ne bavi se samo prostim umnožavanjem stvari: po svojim sopstvenim normama menja ono što crpi iz rezervi visoke kulture. I dok visoka kultura odbija da svoje vrednosti liši prvenstva, industrijska kultura se, opet, trudi da u svoje kalupe što bolje uklopi oblike i sadržaje koje osvaja. Postoji, dakle, uporedo s demokratizacijom u pravom smislu reči (čistim i jednostavnim umnožavanjem) i *vulgarizacija* (prerada koja se vrši imajući u vidu dalje umnožavanje): Šopenova etida posle obrade postaje melodija za džu-boks; Betovenova melodija postaje ča-ča-ča, koji peva Dalida; roman *Crveno i crno* nije jednostavno preveden sa jezika romana na jezik filma, prilagođen je širokoj publici, odnosno vulgarizovan je. Moderni *dajdžest,* za razliku od zbirke kratkih sadržaja, koja je samo podsetnik, zamenjuje delo sa sporom radnjom, pretrpano događajima, jednim skraćenim, prijatnim i uprošćenim izdanjem.

Jedan primer neprestane vulgarizacije osvetliće nam ovo: od Stendalovog delà *Crveno i crno* postao je film prilagođen komercijalnom standardu; prema ovom filmu rađa se u jednom dnevnom listu *Crveno i crno,* feljton u slikama.

Osnovni procesi vulgarizacije su: uprošćavanje, maniheizacija, aktualizacija, modernizacija.

Lester Ešam (Leister Asheim) je u svojoj tezi proučio uprošćavanje *(From book to film [Od knjige do filma],* vid. Bibliografiju). Dao je uporednu analizu romana, kao što su *Orkanski visovi, Jadnici* itd., i filmova snimljenih u Holivudu po ovim delima: šematizacija zapleta, smanjenje broja ličnosti, svođenje karaktera na jasnu psihologiju, uklanjanje onoga što bi moglo da bude teško shvatljivo masi gledalaca (»idealnom prosečnom gledaocu«).

Ta tendencija ka uprošćavanju nije uslovljena prirodom samog filmskog izraza (iako različita, umetnička sredstva filma nisu ograničenija od onih u romanima; iako su izvedena, ova intelektualna sredstva nisu ništa manje vredna), već sadašnjom prirodom masovne kulture. Uostalom, ista vulgarizacija igra ulogu i u obrnutom smislu, od filma ka romanu, koji iz njega često izvire.

Težnja ka uprošćavanju često ide pod ruku sa težnjom ka maniheizaciji; jasnije se ističe antagonizam dobra i zla nego u originalnom delu; naglašavaju se simpatične ili antipatične crte da bi se povećalo afektivno učestvovanje gledaoca, kako u naklonosti herojima tako i u odbojnosti prema zlima.

Aktualizacija uvodi psihologiju i modernu dramatizaciju u delà iz prošlosti. Tako će, na primer, filmovi o hrišćanskim mučenicima imati u osnovi ljubav između lepe hrišćanke i rimskog centuriona, film *Teodora* će nam prikazati veliku ljubav vizantijske carice, egipatski faraon će u usta poljubiti svoju lepu suprugu, moderna ljubav će pobediti u najudaljenijoj prošlosti. Potpunije

od aktualizacije, modernizacija prenosi, otvoreno i jednostavno, radnju iz prošlosti u sadašnjost: *Opasne veze* su presađene u 1960. godinu.

Uprošćavanje, maniheizacija, aktualizacija, modernizacija doprinose da se delà »visoke kulture« *aklimatizuju* u masovnoj kulturi. Ova aklimatizacija želi da, oduzimanjem i dodavanjem, ta delà učini prihvatljivim, pa ne izbegava da unese i teme specifične za masovnu kulturu, koje ne postoje u originalu, kao što je, na primer, *happy end.* Ilustrovani omot džepnih izdanja je samo mamac, koji ni u čemu neće promeniti dato delo. Tako aklimatizacija stvara *kulturne hibride.*

Humanistička inteligencija blagonaklono posmatra demokratizaciju, ali sa gnušanjem gleda hibridizaciju. Ona je srećna što jedan Šekspirov komad, jedan jedini put prikazan na televiziji, može da vidi više gledalaca nego tokom dva veka u pozorištu, ali Udruženje književnika ne može da podnese da Vadim barata Lakloom. Ona hvali ploče, ali osuđuje šopenijade za džu-boks. Ipak, vernost delu i izdajstvo delà, popularizacija i degradacija kulture razvijaju se u okviru jednog istog toka.

KULTURNI KONTINUITET: GRAĐANSKI ROMAN

Ako se malo udaljimo od ovoga, utvrdićemo da masovna kultura nije potpuno raskinula sa ranijim književnim kulturama. Ona je naslednik onog pokreta koji počinje pronalaskom štamparije. Štamparija označava početak onoga što bi se moglo nazvati masovnom paleokulturom, u tom smislu što njome počinje lagano

kretanje ka demokratizaciji klasične kulture (grčko-latinsko-hrišćanske) i što leži u osnovi građanske kulture.

Vekovni pokret ka demokratizaciji pisane kulture ostvaruje se u etapama, ali u znaku trostruke korelacije: usponu građanske klase odgovara uspon romana i žene.

U XVII veku postaje vidno račvanje romanesknog žanra, račvanje čija dijalektika nije dovoljno ispitana: izgleda da se putem neke vrste kulturnog dualizma, aristokratska književnost (kao što je fantastični roman *Astreja)* suprotstavlja novoj realističkoj i prizemnoj građanskoj književnosti, koja počinje Firtijerovim *Građanskim romanom.* Boalo i Molijer, koji se podsmevaju romanima Gospođice de Skideri, učenim ženama i smešr.im preciozama, građaninu Krizalu stavljaju u usta zahtev da se priznaju prozaična prava nečega što bi se već moglo nazvati realizmom. Sentimentalno-avanturistički romani, putovanja po Zemlji Ljubavi, koji su bez sumnje preci sentimentalne štampe, izbegavaju, naprotiv, prozaični građanski život. Ali ovde je reč o dva odgovora na istu prozaičnu stvarnost. Naime, viteštvo je mrtvo, i zato što je mrtvo aristokratske sanjalice i građanske precioze pristupaju romanesknim snovima u kojima cveta velika mitologija uzvišene ljubavi. Prozaični život počinje i doziva, s jedne strane, kao nadoknadu, velike snove iz *Astreje,* a s druge — novi realizam. Još u XVI veku je Servantesov Don *Kihot* istakao, iako ne sasvim ironično, suprotnost između uzvišenog sna i prozaične stvarnosti.

U XVII veku roman je razapet između dva pola, fantastike i realizma, ali će uskoro ta dva pola izvršiti elektrolizu iz koje će nastati moderni roman. Ljubavne teme će biti iščupane iz viteških romana (koji će propa-

sti) i uneti u građanski roman, koji će prestati da bude ciničan i karikaturalan, ali će ostati realističan. Iz ove dvostruke transfuzije, koja počinje *Princezom od Kleva,* u aristokratskoj sredini, i koja će se proširiti na građansku, rodice se građanski moderni roman XIX veka, roman odnosa, sukoba, problema pojedinaca u društvu, u kojem ljubav igra osnovnu ulogu.

Alber Tibode *(Albert Thibaudet)* je istakao međusobno zavisan napredak građanske klase, demokratije, žene i romana u XIX veku.[2] Ključni trenutak ovog procesa je *Gospođa Bovari.* U *Gospođi Bovari* tip čitateljke romana, obrazovane građanke, postaje tip junakinje romana. Ema se dosađuje, sanja o ljubavi, ne može se zadovoljiti jednoličnim provincijskim životom. I tako ona u romanesknom traži izlaz, a ono će se u njen život umešati na patetičan i smešan način; ona će doživeti tu veliku ljubav, koja će istovremeno biti i parodija ljubavi, ali ta će parodija biti tako gorko preživljena da će preći u tragediju i njeno rešenje će biti u smrti. Prvi put potpuno, posle *Don Kihota,* ali sada na ženskom i građanskom planu, proces identifikacije koji spaja čitaoca (čitateljku) sa junakom (junakinjom) romana je doveo do izmene mesta: građanska sanjalica postaje junakinja romana, dok je junakinja romana postala građanka sanjalica — čitateljka. Gospođa Bovari je Don Kihot građanskog romana. Don Kihot i Ema Bovari se ubijaju jer su želeli da idealizuju svet, i postaju primeri identifikacije onog što Rene Zirar (René Girard) naziva romantičnom obmanom i romanesknom istinom[3]: oni

2 *Histoire de la littérature française,* Paris, Stock, 1930.

3 *Mensonge romantique et vérité romanesque,* Paris, Grasset, 1961.

žive ovaj hibridni, polusneni, poluistinski život, u kojem opšte moderni roman i njegov čitalac. Njihov zanos rađa novu tragediju, tragediju građanskog sveta, u kome se idealna ljubav sudara sa stvarnošću, ali ne može da je preobrazi. Kihot ostaje platonski ljubavnik koji ne poznaje materijalnost ljubavi, Ema prozaična junakinja još prozaičnijeg sveta, preljubom ostvaruje tu ljubav čija joj suština ipak, na kraju, izmiče.

U *Don Kihotu* dominanta je muška. U *Gospođi Bovari* dominanta je postala ženska, i ljubav je postala glavna tema identifikacije. Tako književna građanska kultura u *Gospođi Bovari* nalazi svoj najupadljiviji simbol. Romaneskna kultura, kultura intimne ličnosti, kultura potrebe duše i potrebe ljubavi, kultura ne više samo projekcije ljudskih problema u imaginarni svet već sve jače i jače kultura identifikacije čitaoca i njegovih junaka.

Kao što ćemo dalje videti, *bovarizam* će, ako pod tim shvatamo identifikaciju romanesknog i stvarnog, biti masovno uveden u masovnu kulturu, počev od 1930, i postaće jedna od njenih osnovnih tema.

Talas bovarizma, koji se sastoji u tome što uvodi stvarno u imaginarno, imaginarno u stvarno, razgranaće se na različite načine: piščevo »ja« i »ja« junaka romana će se moći izmešati i na kraju će romansijer neprekidno tražiti kako da putem uspomene preobrazi stvarnost i da sebe samog preobrazi svojim delom i u svom delu. Građanski romani na različite načine postaju ti i ja, ti čitalac što si ja pisac, ja pisac što sam ti čitalac, ja ličnost romana što sam ti, ti ličnost romana, što si ja, igra skrivalica neprestanog ukrštanja života i bajke.

••

ROMAN NAMENJEN MASAMA

Najznačajnija struja građanskog romana u XIX veku teži da ostvari bovaristički odnos između dela i čitaoca (naročito čitateljke) i tada se pojavljuje i razvija roman namenjen masama.

Ono narodsko imaginarno — prisutno u pričama sa posela, u pošalicama, u usmenoj tradiciji — počev od XVIII veka ustalilo se u štampi. To su romani koje trgovački putnici nose od kuće do kuće; u njima ima bajki, legendi, neobičnih folklornih priča i u njih su već unesene teme, koje se graniče sa fantastičnim, iz engleskog crnog romana. U tom narodskom imaginarnom ima više neuobičajenog nego običnog, to jest snaga projekcije veća je od snage identifikacije, za razliku od građanskog imaginarnog, koje se uliva u realizam, to jest obezbeđuje neposredniju identifikaciju čitaoca s junakom.

Međutim, ovo narodsko imaginarno će se izmeniti u novinskim feljtonima XIX veka. Razvoj novina uslovljava pojavu epizoda u nastavcima, što povećava broj čitalaca romana. Feljton postaje membrana na kojoj se vrši osmoza između građanske i narodske struje: narodska struja uzima ličnosti iz svakodnevnog života, ali te ličnosti doživljavaju »neverovatne« avanture, u koje ponekad prodre i element fantastike [*Đavolove uspomene* Frederika Sulijea (Frédéric Soulié), *Lutajući Jevrejin* Ežena Sija (Eugène Sue)]. Deo građanskog imaginarnog prepušta se tom tipu avanturistike; Balzakovi romani, naročito Priča o *trinaestorici,* serija o *Votrenu, Tragedija za apsolutom* i Igoovi romani, kao *Devedeset treća,* posebno *Jadnici.* Ove dve struje se mešaju, kao što se mešaju, kad čitaju novine, građani čitaoci i, sada već, čitaoci iz naroda, među kojima preovlađuju čitaoci

malograđani, još uvek vezani za svoje narodsko poreklo, ali već upola uvedeni u građansku kulturu. Feljton utiče da se stvori hibridni romaneskni rod u kojem se mešaju ljudi iz naroda, trgovci, bogati građani, aristokrati i prinčevi, u kojem je siroče neznana prinčeva kćer, u kojem misterija oko rođenja stvara čudne društvene zamene, u kojem se bogatstvo prerušava u siromaštvo i u kojem beda na kraju postiže bogatstvo; misterija menja svakodnevni život, podzemni tokovi snova napajaju velike prozaične gradove, žamor nepoznatog preplavljuje prestoničke noći, razuzdani pustolovi gospodare mračnim mestima grada, prosjacima, skitnicama. Iz ove čudne veze realizma i onirizma rađaju se divne populističke epopeje, danas nepoznata remek-dela, kao što su *Misterije Pariza, Lutajući Jevrejin* Ežena Šija, *Misterije Londona* Pola Fevala (Paul Féval), Rokambo*love pustolovine* Ponsona di Teraja (Ponson du Terrail), a da i ne govorimo o onim »istorijskim« romanima koji menjaju istoriju, kao što je *Ilijada* izmenila osvajanje Troje, ali ne tražeći pomoć bogova (serije Dime oca i sina, *Grbonja* Pola Fevala, *Pardajanovi* Mišela Zevakoa (Michel Zévaco).

Za razliku od građanske težnje (koja ide prema psihologizmu, prema sukobima osećanja i karaktera, prema dramama ili komedijama o trouglu — muž, ljubavnik i žena preljubnica), narodska struja ostaje verna melodramskim temama (misterija oko rođenja, zamena dece, poočimi i maćehe, lažni identitet, prerušavanje, dvojnici, blizanci, najneobičnija vraćanja u život, lažni mrtvaci, proganjanje nevinosti), naslednicima najstarije i univerzalne tradicije imaginarnog (grčka tragedija, ehzabetanska drama), ali prilagođena modernoj gradskoj sredini. Početkom XX veka sasvim jasno se ocrtava razlika između ove dve struje, ona se utoliko više ocr-

tava što će tokom prvih trideset godina ovoga veka narodska struja ući u jeftine filmove i feljtone.

Kulturna industrija u začetku — štampa za narod i nemi film — u stvari samo prihvata struju narodskog imaginarnog. Nema, dakle, nikakvog prekida. Romani-feljtoni i feljtonski filmovi se umnožavaju po tim uzorima. I zaista, bioskopska publika je prvih decenija narodska publika, ona ista koja čita feljtone velikog tiraža.

Ali od 1920. godine, a naročito počev od 1930, razvijaju se velike teme građanskog imaginarnog (strast između udate žene i ljubavnika, ličnost koja hoće da se istakne u privatnom životu i traži uspeh, slabljenje ili gubljenje melodramskih obeležja zapleta u korist realizma). A tek između 1930—1936, na osnovu ove dve struje i unošenjem novih elemenata, ostvaruje se, u SAD, sinkretizam koji će masovnoj kulturi dati originalna obeležja. Jer baš tada dolazi do onog razvoja koji će izmeniti uslove života narodnih klasa, novi okvir tehničke civilizacije.

Prema tome, sadržaji masovne kulture nisu veštački fabrikovani. Masovna kultura je, u jednom smislu — gore označenom — naslednik i nastavljač kulturnog hoda zapadnih društava. U masovnu kulturu će se uliti dva toka, često pomešana a ipak vrlo izdiferencirana, u trenutku industrijalizacije kulture: to su narodska i građanska struja; najpre preovlađuje prva, a druga se razvija potom. Masovna kultura integriše ove sadržaje da bi zatim dezintegrisala i jedne i druge i izvela jednu novu metamorfozu.

Sadržaji štampane kulture XIX veka utiču u masovnu kulturu XX veka, hrane je, zatim se putem nje postepeno menjaju. Iako ne želimo da u ovom trenutku

proučavamo suštinu te metamorfoze, ipak treba da ispitamo posledice po kulturu, proizašle direktno iz tehničkih novina koje su ušlo vile novu kulturu: brzina prenošenja sadašnjih listova, otvaranje bioskopskih dvorana po gradovima a zatim i po selima, a naročito telekomunikacije — radio i televizija — čine masovnu kulturu *svugde prisutnom.* Ona je svugde za sve, ona pravi društvo čak i usamljenom čoveku koji nosi svoj tranzistor preko ramena.

Ovaj dvostruki karakter ekstenzije i intenzifikacije u odnosu na štampanu kulturu označava etapu koja deli razvijeniju i opštu industrijalizaciju od primitivne i ograničene industrijalizacije. Ali ta kvantitativna razlika, stvarajući univerzalno tržište, to jest mogućnost da svakog trenutka dospe do publike na celoj zemlji, stvara ujedno i uslove za kvalitativno razlikovanje.

Druga kvalitativna razlika se javlja sa filmom, radioni, televizijom. Štampana stvar je apstraktni znak: odštampana slika je nepokretna. *Film, televizija, radio odražavaju život direktno u njegovom stvarnom kretanju.*

Ovde možemo da nastavimo ranije izloženi stav: štampana kultura se uključuje u industrijsku, ali ne da bi u njoj nestala, već da bi doživela metamorfozu. Ta metamorfoza se ostvaruje zahvaljujući novom karakteru KOJI donosi snaga intenzifikacije i neograničene ekstenzije *mass-media* i, još šire, zahvaljujući novoj civilizaciji koja je stvorila tu ekstenziju i tu intenzifikaciju (tehnička civilizacija), a koja je istovremeno i sama stvorena tom ekstenzijom i tom intenzifikacijom. Ona se ostvaruje i zahvaljujući novom karakteru tehnike koja sobom donosi stvarno kretanje, živu prisutnost.

FOLKLORI, KULTURE TIPA HIC ET NUNC

Putem stvarnog kretanja i žive prisutnosti masovna kultura ponovo dobij a jednu od odlika kulture iz doba pre pronalaska štamparije, folklorne ili još starije: vidljivo prisustvo bića i stvari, stalno prisustvo nevidljivog sveta. Pesme, igre, zabave, ritmovi sa radija, televizije, iz filmova vaskrsavaju svet svetkovina, igara, zabave, ritmova starih folklora. Dvojnici sa filmskog platna i televizije, glasovi iz radio-aparata liče na duhove, utvare božanstva, koji su stalno posećivali čoveka u starim vremenima i ovaploćivali se u svetkovinama. Ljudsko, živo prisustvo, živo izražavanje pokreta, mimika, glas, kolektivno učešće, to je sve ponovo uvedeno u industrijsku kulturu dok je bilo prognano iz štampane kulture. Ali, zauzvrat, masovna kultura ruši jedinstvo arhaične kulture, kada su na jednom istom mestu svi istovremeno učestvovali i kao glumci i kao gledaoci o svetkovinama, verskom obredu, ceremoniji. Ona *fizički* razdvaja gledaoca i glumca. Gledalac samo psihički učestvuje u televizijskoj priredbi, filmu, radio-emisiji; Čak i na velikim sportskim priredbama, ako je fizički prisutan, on ne igra.

Samim tim, »svetkovina«, vrhunski trenutak folklorne kulture, u kojem svi učestvuju u igri i obredu polako iščezava u korist spektakla. Čoveka svetkovine nasleđuje ono što se zove »publika«, »gledalište«, »gledaoci«. Neposredna *i konkretna veza postaje mentalno učestvovanje na udaljenosti.*

Najzad, arhaična kultura deli dane svetkovina od svakodnevnog života. Masovna kultura prodire u sve pore svakodnevnog života. Za razliku od arhaične svetkovine, koja prekida jednolično proticanje dana, ova se

u to uključuje i time uništava svetkovinu da bi je zamenila dokolicom.

Ako *mass-media* ponovo uspostavljaju ljudski odnos koji štampana stvar uništava, oni teže da unište samu *strukturu ljudskih odnosa folklorne kulture.* Ljudsko prisustvo na televiziji ili u filmovima je istovremeno ljudsko odsustvo, fizičko prisustvo gledaoca je istovremeno fizička pasivnost.

Ovo novo strukturisanje ljudskih odnosa nalazi mesto u novom kulturnom strukturisanju koje je pripremala već kultura štampanog delà, a koje ostvaruje industrijska kultura. Folklorna kultura je bila kultura *hic* i *nunc.* Svetkovine i lokalni običaji bili su ukorenjeni na jednom tlu i upisani u kalendare (na primer, razne godišnjice, sveti ili profani praznici). To je bila lokalna seoska kultura, kultura jednog kraja koja je posedovala svoj jezik (pokrajinski govor, dijalekt), sopstvena sredstva izražavanja (igre, obrede i zabave), svoje legende, kult svoje prošlosti, pravila svoje sadašnjice.

Gradska narodska kultura, a naročito radnička kultura XIX i početkom XX veka sačuvala je neke crte folklorne kulture. Ona doduše ne vuče korene iz duboke lokalne prošlosti, ali ima svoj jezik, a zabave koje priređuju putujuće grupe pripadaju starom gradskom folkloru (cirkusi, komedijanti, vašarske šatre). A povrh svega, to je kultura bliskih odnosa, susedskih odnosa, rođačkih veza i solidarnosti. Ona ima svoje lokalne kulturne centre, kafane, bistroe, bifee, u kojima su zastupljene igre u kojima učestvuje više pojedinaca (karte, trik-trak itd.).

Naravno, ovu seosku folklornu kulturu, a naročito gradsku, već odavno potiskuju kulturni slojevi šireg opsega, nacionalni ili internacionalni (hrišćanska kultura, počeci socijalističke kulture). Ona je već na putu

propadanja. *Ali tek industrijska kultura dovodi do konačnog raspada kulturu hic et nunc.* Ona stremi neodređenoj publici. Nema korena, poreklo joj je tehno-birokratsko. Ona osvaja predgrađa i sela, odbacujući sve većom brzinom stari folklor, ivanjske vatre, mesne obrede, verovanja i sujeverje. Stara proslava sveca — zaštitnika sela menja sadržinu: stare igre, stare zabave nestaju, a dolaze igranke, šansone u modi, biciklističke trke, »pesničenje« i druge igre, koje popularizuju *mass-media.*

Ukus, miris, vonj rodne grude se gubi. Kulturni proizvod, kulturna konzerva sve više uzima maha.

Je li reč o potpunom uništenju? Pre će biti da je u pitanju dezintegracija praćena novim integracijama. Masovna kultura upija izvesne folklorne teme i, promenjene ili ne, *univerzalizuje* ih. Folklor američkog Zapada rađa vestern, koji postaje tema novog folklora na celoj zemlji. Umetnost londonskog cirkusa rađa *slapstick comedy,* koja sa MakSenetom, Ben Terpinom, Fatijem, Hari Langdonom, Čarlijem predstavlja duboke izvore filmske komike. Dečji folklor antropomorfnih životinja pobeđuje u crtanom filmu. Stare igre i takmičenja sele se na radio i televiziju. Crnački folklor Nju Orleansa (i sam rođen iz susreta urođeničkog i stranog) ide do Čikaga, a zatim se, zahvaljujući *mass-media,* širi po svetu. Tango koji se igra uz bandoneon po četvrtima Buenos Airesa danas se igra uz prigušenu svetlost na svim igrankama u Evropi. Tako su isto tropski ritmovi Kube, Baije, posejani po orkestrima pet kontinenata.

Dakle, industrijska kultura ne fabrikuje svoje proizvode *ex nihilo.* Kao industrija za konzervisanje hrane, ona prema prinosima bira zemljište. Ali može da manje ili više temeljito obradi, izmeni ove prirodne proizvode u zavisnosti od toga kakvom se pokaže opšta potrošnja:

pored širenja andaluzijskog flamenga, postoji velika proizvodnja raznih španjolijada fabrikovanih po Parizu i Njujorku. Pored autohtonih sambi, rasutih po svetu, postoji pseudobrazilska fabrikacija pesama u čast »praznika pamuka«, »berbe kafe«. Pored ritma Nju Orleansa, postojali su džez-orkestri Džeka Hiltona i Reja Venture, koje su, opet, pomračile manje eklektičke tvorevine, ali i same evolutivne. Istinski analitički cracking menja sirove proizvode u homogenizovane kulturne proizvode za široku potrošnju.

Drukčije rečeno, izvesne povlašćene folklorne teme su više ili manje dezintegrisane da bi bile više ili manje integrisane u *novi veliki sinkretizam.*

Hic nije porušeno, ono je relativizirano. Nunc postaje jedno novo, kosmopolitizovano *nunc, nunc* omiljeno, u modi, brzog uspeha, večitog sadašnjeg.

Ali možda je najznačajnije što dezintegrišući folklor, industrijska kultura, ne dezintegriše ono što je *arhaično.* Naprotiv, primitivni ritmovi — oni koji su preko džeza i tropskih ritmova došli iz Afrike nalaze sebi mesto usred oblakoderske civilizacije; na oglasnim plakatima oživljuje primitivni simbol; iskonske ljudske borbe, ljute bitke, ratničke igre mogu se videti na svim ekranima u svetu; muzika je bar isto toliko prisutna u civilizaciji *mass-media* (po domovima, u filmovima, na plažama, u automobilima) koliko su to bile pesme i ritmovi arhaične civilizacije. Tu imamo neku vrstu neoarhaizma.

Ovaj neoarhaizam se objašnjava delovanjem činjenica na koje sam podsetio u prethodnoj glavi: tražeći univerzalnu publiku, masovna kultura se obraća zajedničkom *anthroposu,* univerzalnoj mentalnoj osnovi, što je delimično arhaični čovek, koga mi svi nosimo u sebi. Taj arhaični zajednički imenitelj obnavlja neoarhaizam

a filmovima, igrama, muzici. Ovim činjenicama treba dodati još jednu: industrijska kultura se obraća i novom čoveku razvijenih društava, ali taj čovek koji radi iscepkan i birokratizovan posao, koga zatvara tehnička sredina, jednolična mašinerija velikih gradova, oseća potrebu za bekstvom, a za to bekstvo potrebna mu je kako džungla, savana, prašuma, tako i ritmovi i prisustvo arhaične kulture. Reakcija na jedan apstraktni, izmereni, opredmećeni svet ogleda se u povratku na prvobitne izvore osećajnosti.

Tako industrijska kultura dijalektički poriče kulturu štampanog delà i folklornu kulturu, dezintegriše ih integrišući ih, ona integriše štampano i njegove sadržaje, ali da bi ih preobrazila, i folklor dezintegriše, ali samo zato da neke njegove teme načini opštim. I dodajmo: ona u sebi sinkretizuje teme i strukture kako štampane tako i folklorno-arhaične kulture. Ona združuje ove dve, dotle samo naporedne struje, razlivajući jednu i drugu u jedan veliki novi tok. Ovaj novi tok je, u neku ruku, rezultanta tog sinkretizma. On je i nešto više. To ćemo kasnije razmotriti.

VI

KULTURA DOKOLICE

Potrošnja masovne kulture u neposrednoj je vezi sa savremenom dokolicom.

Savremena dokolica nije samo davanje slobodnog vremena širim slojevima, što je bilo povlastica vladajućih klasa. Ona proizlazi iz same organizacije birokratskog i industrijskog rada. Radno vreme, određeno tačnim nepromenljivim rasporedom, nezavisnim od godišnjih doba, skraćeno je pod pritiskom sindikalnog pokreta i prema logici privrede, koja je, uključivši polako radnike u svoje tržište, na kraju morala da im obezbedi ne samo vreme za odmor i obnavljanje radne sposobnosti već i vreme za potrošnju.

U SAD radna sedmica se od 70 radnih časova u 1860. svela na 37 u 1960, a u Francuskoj od 80—85 na 45—48 radnih časova; zatim je nedelji često dodavan još jedan slobodan dan za odmor.

U tom smislu slobodno vreme je vreme stečeno kao neka pobeda nad radom. Ali to je vreme koje se razlikuje od svetkovina svojstvenih starom načinu života. Praznici, raspoređeni tokom ćele godine, bili su ujedno i vreme duhovnog zajedništva, svetih obreda, raznih ceremonija, otklanjanja tabua, velikih gozbi i obilnih obeda. Moderna organizacija, nova podela zona u slobodnom vremenu već je načela vreme praznika: vikend,

godišnji odmori. Uporedo s tim folklor praznika je oslabio u korist novog načina korišćenja slobodnog vremena. Povećavanje, stabilizovanje, svakodnevnost novog slobodnog vremena se ostvaruju kako nauštrb rada, tako i nauštrb praznovanja. Tradicionalni porodični život i društveni običaji nisu ono što puni to novo slobodno vreme. Sledeći sličnu evoluciju, kompleksno jedinstvo velikih porodica se svodi na jezgro koje čine bračni par i deca. Brige oko ulaganja porodičnog novca (ušteđevine, prenos nasledstva) smanjuju se, teret domaćih poslova postaje lakši, privlačna snaga domaćeg ognjišta popušta: svaki član porodice stiče izvesnu unutrašnju nezavisnost. *A masovna kultura se proširuje na oblast koju napuštaju rad, praznovanje, porodica.*

Novo slobodno vreme stečeno nauštrb svega onog što predstavlja nuždu, ispunjava se sadržajima koji nisu u vezi s radom, porodicom, praznicima.

Ljudski sadržaji rada slabe, priključivanje starih samostalnih radnika (zanatlija, trgovaca) sloju zaposlenih umanjuje kvazibiološku privrženost radnim aktivnostima. »Razmrvljeni« rad, kako ga je opisao Žorž Fridman (Georges Friedmann), u okrilju velikih industrijskih ili birokratskih kolektiva lišen je odgovornosti i stvaralaštva; tako radi kvalifikovani radnik na mašini ili službenik koji popunjava formulare. Otuda ličnost, nepriznata na poslu, pokušava da sebe nađe izvan te sterilne zone; u dokolici ljudi se prihvataju posla za koji se osećaju lično vezani i odgovorni, čak inventivni, kao što je bavljenje domaćim majstorisanjem, ili pak usavršavaju svoje talente, posvećuju se nekom »hobiju«, ili u kolekcionarskoj maniji fetišiziraju nezadrživu potrebu da sami nešto urade.

Ali, pre svega, dokolica otvara vidike blagostanju, potrošnji, novom ličnom životu. Serijska proizvodnja i

prodaja na kredit otvaraju vrata industrijskim dobrima, aparatima za domaćinstvo, motorizovanim vikendima. Dakle, postaje moguće učestvovanje u civilizaciji blagostanja, a to embrionalno učešće u potrošnji znači da dokolica nije više samo vreme odmora, obnavljanje fizičkih ili psihičkih snaga, nije više zajedničko učešće u praznovanju, nije toliko učešće u porodičnim proizvodnim ili akumulativnim aktivnostima, već isto tako, postepeno, i mogućnost da se živi potrošačkim životom.

Potrošnja proizvoda, u isto vreme, postaje samopotrošnja ličnog života. Nikome više nije cilj da prosto preživi u borbi protiv oskudice, da se savija oko domaćeg ognjišta, niti pak, naprotiv, da istroši svoj život u zanosima, već da potroši sopstveno postojanje. Mase pristupaju, u okviru dokolice koju određuje tehnički razvoj, nivou individualnosti koji su već dostigle srednje klase.

Savremena dokolica postaje, dakle, organski deo ličnog života, okvir u kojem čovek nastoji da potvrdi sebe kao ličnost.

Masovna kultura bitno je usredsređena baš na dokolicu; ona se ne bavi problemima rada, mnogo više se interesuje za domaće blagostanje nego za čvrste porodične odnose, ne mesa se u političke i religiozne probleme (iako bi oni mogli da je koče). Upućena je na potrebe života u slobodnom vremenu, potrebe ličnog života, na potrošnju i blagostanje, s jedne strane, a ljubav i sreću — s druge. Dokolica je bašta u kojoj raste nova ovozemaljska hrana.

Tako masovnu kulturu možemo smatrati kao džinovsku etiku dokolice. Ali, da kažemo drukčije: etika dokolice, koja cveta nauštrb etike rada i naporedo sa drugim nestabilnim etikama, oblikuje se i deluje u masovnoj **kulturi.**

Masovna kultura se jedino trudi da popuni *dokolicu* (spektaklima, mečevima, televizijom, radiom, čitanjem novina i časopisa), ona *ljude upućuje na to da lično spasenje traže u dokolici, štaviše, ona neguje dokolicu, koja postaje način života.*

Dokolica nije samo prazna vreća u koju mogu da stanu važni sadržaji života i u kojoj težnja ka ličnoj sreći postaje zahtev. Ona je sama po sebi kulturna etika. Dokolica nije samo *okvir* ličnih vrednosti, ona i sama po sebi predstavlja neku vrstu ispunjenja.

A, posebno, *razonoda* sama po sebi postaje neka vrsta ispunjenja.

Više moralista, koji sebe smatraju Paskalom, a koji su ipak samo Dijameli, nisu mogli da shvate prirodu moderne razonode. Istinu govoreći, ima prilično od Paskalove razonode u čitanju kratkih vesti, u hipnozi televizijskog ekrana, u motorizovanom vikendu, u turističkom odmoru: ubijamo vreme, bežimo od more ili samoće, *drugde* smo. Bez sumnje, nikada do sada ono *kod kuće* nije bilo do te mere *drugde,* i to zahvaljujući novinama, radiju, televiziji.

Ali još nešto postoji u sportskim priredbama, radio- ili televizijskim igrama, izlascima ili primanjima, godišnjim odmorima, a to je masovno vraćanje dečjim izvorima igre.

Jedan deo savremene dokolice je ispunjen igrom i priredbama. Ništa od ovoga nije potpuno novo, pošto su priredbe, kao i igre (bilo hazardne ili sportska takmičenja), oduvek činili sastavni deo praznika i nekadašnje dokolice. Novina je u proširivanju gledanja i slušanja priredbe preko televizije, što sada dostiže kosmičke horizonte, novina je u nadolasku shvatanja života kao igre.

Gledalac posmatra. Gledalac je takođe i čitalac novina i ilustrovanog časopisa. Tehničke novine stvaraju tip pravog gledaoca, koji je fizički odvojen od spektakla i sveden na pasivno stanje posmatranja. Sve se odvija pred njegovim očima, ali on ne može da dodirne, da telesno prione uz ono što posmatra. A zauzvrat, gledaočevo oko je svugde, u salonu Brižite Bardo, kao i u raketi Titova.

Masovna kultura podržava i proširuje ovo stanje posmatranja, i, štaviše, dopunjuje ga ogovaranjima, poveravanjima, otkrićima iz života slavnih ljudi. Tipični moderni gledalac je onaj koji je odan *tele-viziji,* to jest onaj koji sve vidi na približenom planu, kao preko teleobjektiva, ali istovremeno na jednom neopipljivom rastojanju; čak i ono najbliže je u beskraju slike, istina uvek prisutne, no nikad materijalizovane. On učestvuje u spektaklu, ali njegovo učešće se uvek ostvaruje preko zamenika, slavnih ličnosti, posrednika, novinara, spikera, fotografa, kamermana, zvezda, imaginarnih junaka.

I još šire, čitav jedan sistem stakla i prozora, filmskih i televizijskih ekrana, zastakljenih fasada po modernim stanovima, pleksiglasa na Pulmanovim autobusima, avionskih prozorčića, nečeg uvek prozračnog, providnog, ili nečeg što prelama svetlost deli nas od fizičke stvarnosti... Ta nevidljiva membrana nas izoluje, a istovremeno nam dopušta da bolje vidimo i da bolje sanjamo, to jest da učestvujemo. Zaista, učešće okom i duhom otkriva nam beskraj stvarnog kosmosa i imaginarnih galaksija, zahvaljujući providnosti ekrana i neopipljivosti slike.

Tako mi učestvujemo u svetovima koji su nadomak ruke, ali su izvan njenog domašaja. Tako je moderni spektakl istovremeno najveće prisustvo i najveće od-

sustvo. On je nedovoljnost, pasivnost, televiziono lutanje, a istovremeno učešće u mnogostrukostima stvarnog i imaginarnog.

Moglo bi se čak reći da je taj televizioni čovek apstraktno biće u apstraktnom svemiru: s jedne strane, aktivna suština sveta delimično se gubi pošto se izgubila njena materijalnost; s druge strane, i istovremeno, gledaočev duh beži i luta, nevidljivi fantom među slikama. U ovom smislu mogli bismo tvrditi da telekomunikacije (bilo da se odnose na stvarno ili imaginarno) osiromašuju konkretne komunikacije čoveka sa njegovom sredinom. Banalni primer kako televizija komunikaciju između članova porodice za vreme obeda osiromašuje je značajan. I, najzad, nije u pitanju samo veza s drugima, i naše sopstveno prisustvo u nama samima bi izostalo ako bi uvek bilo obuzeto onim — svugde. Na televiziju bi se mogla primeniti Mačadova reč: »Sanjao sam ne spavajući, možda čak i ne budeći se«.

Ali, u toku tog televizionog učestvovanja u stvarima, izvesni sokovi prolaze kroz membranu filmskog ili televizijskog ekrana i fotografiju, i kasnije napajaju doživljene komunikacije. Razgovori o filmovima, filmskim zvezdama, raznim emisijama, kratkim vestima su pogodna prilika za osećajnu razmenu mišljenja; izražavamo sebe i upoznajemo druge sećajući se onoga u čemu se projektujemo. S druge strane, čovek dokolice nije samo televizioni čovek, to je takođe čovek koji ima svoj lični život. Centripetalna sila individualizma deluje u isto vreme kad i centrifugalna sila televizionog učestvovanja u stvarima i, izuzimajući krajnje slučajeve (starce, bolesne, psihopate), ta centripetalna sila će podstaći samopotvrđivanje u stvarnom životu. Tv se baš manifestuje kod mladih »aktivista« *mass-culture,* koju je proučavao Lazarsfeld. I, kao što ćemo videti, jedna od glavnih struja televizionog učestvovanja u stvarima podstiče lični život. Ne bismo mogli ni sada da postavimo dijagnozu žalosne pobede anonimnog nad ličnim, apstraktnog nad konkretnim, imaginarnog nad stvarnim. Ukratko, sokovi koje propuštaju membrane aparata za gledanje u daljinu u isto vreme pročišćavaju i navodnjavaju ličnost i sam život modernog čoveka.

U svakom pozorišnom, filmskom ili televizijskom spektaklu postoji, implicitno, jedna ludička komponenta, koju je, uostalom, teško izdvojiti. Jasno se ispoljava u sportskim priredbama, igrama na radiju i televiziji. Ona je manje ili više umešana i u svakodnevne sitne praktične poslove, u erotsko-prijateljske odnose na zajedničkim izletima ili prijemima, sastavni je deo brige za sportsku higijenu. Veoma je jasno izražena u »hobijima«, izlascima, šetnjama, zabavama. Jedan od vidova moderne razonode je taj procvat igre »kao aktivnosti koja ima svoju svrhu u zadovoljstvu koje čovek nalazi u tome i ni u čemu drugom« (Monterlan).

I tako, jednovremeno kad i spektakl, i kultura dokolice razvija igru. Dvojnost istovremeno antagonistička — jer je spektakl pasivan a igra aktivna — i komplementarna, koja ne samo da nalazi mesto u dokolici već je delimično i oblikuje. Dokolica, zaista u znatnoj meri, i teži da postane velika igra — spektakl.

Ta težnja se na posebno značajan način izražava tokom savremenih godišnjih odmora, koji predstavljaju vreme istinski živo, istinski doživljeno, u odnosu na sklerotično i beskrvno vreme cele radne godine. Ovi godišnji odmori nisu samo osvežavajući međučinovi u prirodi (san, odmor, hodanje) već i vreme zadovoljstava i igara, što se postiže bilo oživljavanjem, putem igre, životnih aktivnosti naših predaka (ribolova, lova, berbi),

bilo učešćem u novim igrama (sportovima na plaži, skijanju na vodi, u podvodnom ribolovu). Život za vreme godišnjih odmora postaje, na taj način, velika igra: igramo se seljaka, planinara, ribolovaca, ljudi iz šume, boraca, trkača, plivača ...

Uporedo s tim turizam postaje veliko spektakl-putovanje u okviru sveta pejzaža, spomenika, muzeja. Turist se interesuje samo za svet plavih vodiča* i izbegava svakodnevni stvarni život, sem ako taj život nije naznačen kao »slikovit«, odnosno ako ne postaje opet vredan *slike*. Turist nosi svoj foto-aparat preko ramena i, na kraju krajeva, više je zaokupljen time da snimi nego da vidi. U toj neobuzdanosti da snima (prvi stepen je: videti da bi se ponela uspomena, a drugi: snimiti da bi se i videle uspomene), moderni turizam pokazuje zaprepašćujuću sličnost s bioskopom. Turizam je brzo promicanje slika, neprekidno stanje posmatranja. Srodnost turizma i filma se ogleda u kolektivnim putovanjima u izletničkim autobusima; gledaoci zavaljeni u svojim sedištima posmatraju kroz pleksiglas; to je membrana iste prirode kao što su televizijski i filmski ekran, fotografija u novinama ili veliki zastakljeni otvor u modernim stanovima: to je sve sinemaskopskiji prozor u svet, a ujedno i nevidljiva pregrada.

Razlika između filma i turizma je, međutim, suštinska, inače bi bilo dovoljno u bioskopu videti Koloseum, Alkazar ili Akropolj i sebi uštedeti putovanje.

Turist nije samo gledalac u pokretu. On ne uživa samo u posebnom zadovoljstvu (naročito kada putuje autom) koje donosi potrošnja prostora *(gutati* kilometre). Lično uspostavlja neku vezu sa zemljom koju posećuje,

* Popularna edicija turističkih vodiča u Francuskoj, džepnog formata, iznanje Hachette. — *Prim. preo.*

nekolikim najobičnijim rečima ili konvencionalnim pozdravima izmenjanim sa domaćinima, odnošajem koje psihički zamisli ili koje stvarno doživi s osobom suprotnog pola. Kupovinom simboličnih predmeta zvanih »suveniri«, minijaturnih kula u Pizi, pepeljara koje nešto simbolizuju i drugih sitnurija slične primene, turist magijski prisvaja sebi Španiju ili Italiju. Najzad, on troši fizičko biće posećene zemlje, gastronomskim obrokom, sve raširenijim kosmožderskim obredom. (Posle godišnjih odmora prave se čitavi obredi podsećanja, pokazuju se fotografije, pričaju se živopisne zgode, ponekad uz kjanti, u čemu se pronađe malo Italije, uz paeju,* u čemu se pronađe malo Španije, uz riblju čorbu, u čemu se pronađe malo sunca).

Turist može da kaže »ja, ja lično«, »ja sam video«, »ja sam jeo«, »ja sam tamo bio«, »ja sam prešao 5 000 kilometara«: i ta neosporna fizička očiglednost, to osećanje da se *tamo bilo,* u pokretu, u igri, daje prednost turizmu i odnosu na spektakl.

U poređenju sa gledaocem, turist jeste, *nešto čini* (»učinio je posetu Španiji«) i nešto *stiče* (uspomene). U turističko viđenje uključeni su, istovremeno, dodatna mera bića i dodatna mera posedovanja. Fizičko samoučešče istovremeno je i prisvajanje, svakako polumagijsko, doživljeno kao neko ushićenje, neko obogaćivanje sebe.

Mnogostruki smisao moderne dokolice jasno se ispoljava u turističkim naseljima, kao što je Palinuro (Mediteranski klub), koji je opisao Anri Rejmon (Henry Raymond).[1] Organizacija godišnjih odmora ovde je ra-

* Vrsta ribljeg đuveča. — *Prim. prev.*

[1] Vid. Bibliografiju 235. *Hommes et dieux à* Palinuro.

cionalizovana, gotovo za svaki minut isplanirana. I dolazimo do ovog čuda: do birokratskog vaspostavljanja prirodnog stanja, preko grupnih karata, vodiča, naselja pod šatorima. Sve je predviđeno: udobnost, svetkovine, zabave, odmor, obredi, uzbuđenja, radosti. Moderna tehnika oživljava tahićanski svet, a dodaje mu komfor koji pružaju butan-gas, tuševi, tranzistori. Ova organizacija stvara čudno privremeno društvo, koje se potpuno temelji na Igri-Spektaklu: šetnjama, izletima, sportovima na vodi, raznim praznovanjima, igrankama. Taj život, sav Igra-Spektakl, ujedno sračunato podstiče bogaćenje ličnog života; prepliću se, intenzivnije nego u svakodnevnom životu, veze, prijateljstva, flertovi, ljubavi. On je preslikavanje filmskog života koji vode olimpijci u Majamiju, na Tahitima.

Palinuro je doživljeni mikrokosmos masovne kulture. Ovde se razlikuju dve grupe: s jedne strane, aktivni »olimpijci«, koji u baru ispijaju aperitive, s lakoćom igraju, bave se sportovima na vodi, flertuju, očaravaju, a, s druge strane — oni koji su više posmatrači, manje aktivni i gledaju »olimpijce«. Ali, u Palinuru je provalija koja deli dve klase mnogo plića, mnogo uža nego ona što deli slavne ličnosti i vedete od mnoštva smrtnika; u Palinuru su kontakti jednostavni, prelaz na Olimp je moguć ... Tako se, delimično, privremeno, Olimp masovne kulture ostvaruje u nečemu što Rejmon veoma tačno naziva konkretnom utopijom.

To takođe znači da ideal kulture dokolice, njen nejasni cilj, jeste život modernih olimpijaca, junaka spektakla, igre i sporta.

Junaci masovne kulture su unapređeni u vedete, na štetu nekadašnjih slavnih ličnosti. (Upoređujući članke posvećene istaknutim ljudima u *Saturday Evening Post,*

1904. i 1941, Leo Lovental (Leo Lowenthal)[2] zaključuje da se broj »zabavljača«, među kojima preovlađuju filmske zvezde i sportski šampioni, povećao za 50Vo na štetu biznismena ili političara). Štampa, radio, televizija stalno nas kljukaju njihovim privatnim životom, istinskim ili lažnim. Oni žive od ljubavi, festivala, putovanja. Njihov život ne poznaje oskudicu. Ostvaruje se u zadovoljstvu i igri. Njihova ličnost se razvija na dvostrukoj klavijaturi sna i imaginarnog. I sam njihov posao je neka vrsta zabave, podređen je glorifikaciji njihove sopstvene slike, kultu njihovog sopstvenog dvojnika.

Ovi olimpijci nude idealan uzor za život u dokolici, predstavljaju njegov vrhunski cilj. Oni žive po etici sreće i zadovoljstva, igre i spektakla. To jednovremeno slavljenje ličnog života, spektakla, igre potpuno odgovara težnjama života i masovne kulture.

Na taj način, ocrtavaju se međusobni složeni odnosi između dokolice, masovne kulture, ličnih vrednosti, Igre-Spektakla, godišnjih odmora, modernih olimpijaca. Dodajmo i ovo: veličanje Igre-Spektakla ide zajedno sa opadanjem značenja rada, sa današnjom krizom velikih sistema vrednosti (države, religije, porodice). Kompleks Igra-Spektakl nalazi svoju potvrdu u civilizaciji u kojoj se velike Transcendentne vrednosti raspadaju u prah, i koje sada samo delimično uspevaju da kontrolišu život pojedinaca. *Iz raspuštanja velikih vrednosti rađa se vrednost velikog raspusta.*

Sve se to, uostalom, ne kosi sa savremenim nihilizmom, koji nije samo stvar filozofa, pisaca i mladih pobunjenika u crnim jaknama, nego je i istorijski doživljen, ako već ne svugde i od strane sviju na Zapadu, a

[2] *Biographies in popular magazines* (Biografija u popularnim časopisima), vid. Bibl. str. 237.

ono svakako na svim nivoima postojanja, kao iskustvo propadanja ili potpunog nestanka velikih Transcendency a, vrednosti koje prevazilaze život smrtnika. U tom smislu srž modernog individualizma jeste nihilistička,[8] jer pojedinac opravdanje sopstvenog bića nalazi isključivo u ličnoj sreći.

U okviru i s onu stranu tog nihilizma javlja se težnja da se ponovo pristupi ludičkim infrastrukturama života. Dokolica kao Igra-Spektakl i dokolica kao opravdanje ličnog života postaju, zajedno, usmerenje i smisao življenja.

Negativni vidovi zabave, bežanja od stvarnosti, pasivnosti naročito su pogodili moraliste koji pripadaju helvecijskoj konfederaciji duha, otelovljenoj u humanističkim naukama i univerzitetu. Ali treba napomenuti i to da putem savremene dokolice ceo jedan deo čovečanstva, nejasno, nasumce biva uključen u jednu vrstu igre u kojoj se ne zna ko igra a ko je izigran, suočava se s problemom lične i pojedinačne sudbine, naime, suočava se i ne znajući to, ali sasvim konkretno i eksperimentalno, s problemima koje su u prethodnom veku postavili Štirner, Marks, Niče. Reč je o još nedovoljno uobličenom, ali vidnom traganju za pravim ispunjenjem ljudske sudbine.

[3] Neobičan razvoj humora u masovnoj kulturi, humora koji u novinskim crtežima zamenjuje satiru, besmislenog humora filmske komedije (braća Marks, Helcapopin, Tašlin, crtani filmovi — Bosustov ili Teks Averi) svedoče o progresu ovog nihilizma i njegovih suprotnosti, igre i zabave.

VII

PODRUČJA ESTETSKOG

Industrijski proizvedena, rasturana na tržištu potrošnje, vezana poglavito za savremenu dokolicu, masovna kultura se javlja u različitim oblicima (informacije, igre, na primer), ali naročito u vidu spektakla.

U spektaklu se i izlučuju njeni imaginarni sadržaji. Drukčije rečeno, odnos potrošnje imaginarnog uspostavlja se na *estetskoj osnovi.*

Učestvovanje u estetskom razlikuje se od učestvovanja u praktičnom, tehničkom, religijskom i si., iako se može ostvarivati naporedo sa njima (automobil može biti i lep i koristan, a neka statua i predmet divljenja i predmet obožavanja). Ono se razvija nezavisno od učestvovanja u praktičnom.

U estetskom odnosu se učestvuje i intenzivno i slobodno, postoji tu nekakva dvostruka svest, čitalac romana, gledalac filma ulaže u imaginarni svet koji za njih dobija vid stvarnosti, ali istovremeno usred najjačeg udubljivanja čitalac ili gledalac znaju da čitaju roman ili gledaju film.

Estetski odnos podstiče one iste psihološke procese koji su u osnovi magije ili religije, gde je imaginarno primljeno kao stvarno, to jest još stvarnije od stvarnog. Ali, s druge strane, estetski odnos ruši samu osnovu

verovanja, jer imaginarno ostaje prihvaćeno kao imaginarno.

Drukčije rečeno, magija i religija bukvalno reifikuju imaginarno: bogove, obrede, kultove, hramove, grobove, katedrale; ti najčvršći i najtrajniji od svih ljudskih spomenika svedoče o toj veličanstvenoj reifikaciji. A u estetskom, naprotiv, reifikacija nije nikad izvedena do kraja.

Između romanesknog stvaranja, s jedne strane, i prizivanja duhova od strane vrača ili medijuma, s druge, mentalni procesi su do izvesne mere analogni. Romansijer se projicira u svoje junake baš kao što neki duh obuzima i nastanjuje neku osobu, i, obratno, pisac piše po diktatu svojih junaka na način medijuma obuzetog duhovima (ličnostima) koje je prizvao. Književno stvaranje je dopola medijumske prirode, a otpola liči na *zar,* polu *zar* (da uzmemo etiopski izraz koji približno odgovara iskrenom pretvaranju, na pô puta između spektakla, igre i magije); ono rađa ektoplazmatični sistem koji romansijer projicira i objektivizira stvarajući imaginarni svet.

Ovaj imaginarni svet počinje da živi za čitaoca ukoliko je ovaj sam obuzet i ukoliko je i sam medijum, to jest ako se i on projicira i identifikuje sa ličnostima u datoj situaciji, ako živi kroz njih i ako one žive u njemu. Dolazi do razjedinjavanja ličnosti čitaoca (ili gledaoca) koji se prenose u ličnosti iz delà, i do interiorizacije ličnosti u čitaoca (ili gledaoca), a obe promené su simultane i dopunjuju se, po nekim stalnim i promenljivim transferima. Ovi psihički transferi koji omogućavaju estetsko učestvovanje u imaginarnim svetovima su istovremeno inframagijski (ne dospevaju do fenomena, magijskih u pravom smislu reči) i supermagijski (odgovaraju stadij umu na kome je magija već prevaziđena). I tako

se baš na njih kaleme umetnička interesovanja i shvatanja, koja se odnose na stil delà, njegovu izvornost, njegovu autentičnost, njegovu lepotu itd. Drukčije rečeno, ja ne definišem estetsko kao osobinu svojstvenu umetničkim delima, već, šire, kao jedan od najznačajnijih tipova odnosa koje čovek može imati.

Na taj način, razmena između stvarnog i imaginarnog, ostvarena na estetski način, iako degradirana (ili pak sublimirana ili kvintesencirana), jeste ona ista razmena koja se vrši između čoveka i onog sveta, između čoveka i duhova ili bogova, koja se nekad ostvarivala posredstvom vrača ili kulta. Degradacija — ili kvintesencijacija — je baš u tom prelazu od magijskog (ili religioznog) ka estetskom.

Tokom evolucije poezija se odvojila od magije (inkantacija, prizivanja), književnost se odvojila od mitologije; ima nekoliko vekova kako su se muzika, slikarstvo, skulptura odvojili od religije; kultna ili obredna svrhovitost delà prošlosti je s vremenom oslabila ili iščezla i prepustila mesto čisto estetskoj svrhovitosti; tako smo premestili statue i slike iz hramova u muzeje, i pridali drukčija značenja blagovestima i raspećima. Imaginarni svet se više ne troši samo u vidu obreda, kultova, religijskih mitova, svetih praznika, u kojima se duhovi otelotvoruju, već isto tako u vidu spektakla, estetskih odnosa. Ponekad se čak imaginarna značenja gube; tako moderni plesovi oživljavaju stare plesove opsednutih duhovima, ali duhovi više nisu prisutni. Ceo jedan sektor razmenâ između stvarnog i imaginarnog, u modernim društvima, ostvaruje se na estetskom planu, putem umetnosti, spektakla, romana, putem delà — plodova imaginacije. Masovna kultura je, bez sumnje, prva kultura u svetskoj istoriji koja je tako potpuno estetska. To znači da je ona, bez obzira na prisutne mitske i reli-

gijske elemente (kao što je kult starova) u osnovi profana (videčemo dalje da nije manje važno uzeti u obzir i to da ona, iako je u osnovi estetična i profana, rađa i mitologiju).

To takođe znači da masovna kultura pridaje važnost pre svega uživanju pojedinca u nečemu; u estetskom odnosu nema darivanja sebe bogovima, svetu, transcendentnim vrednostima; dvostruka estetska svest je *ironična* svest, ako možemo malo da pomerimo hegelovsko značenje ovog termina; tako »u ovoj ironičnoj svesti... ja dopuštam da se izgubi ono najuzvišenije, i uživam isključivo u samom sebi« *{Filozofija prava,* 140).

To, na kraju, znači da estetski odnos, iako se kasno javlja u istoriji, obnavlja onaj, ako tako možemo reći, prvobitan neposredan odnos sa svetom; iako su ovaj odnos grube praktične potrebe potiskivale još od rane mladosti čovečanstva, iako su ga prikrivale magijske reifikacije, on se ipak izražavao u čaroliji igre, pesme, plesa, poezije, slike, priče.

I tako nam se nanovo predočavaju dva stupnja čovekovog bića koji zanimaju masovnu kulturu, dva protivrečna ali združena stupnja, kako u prvobitnom neposrednom učestvovanju tako i u razvijenoj estetskoj ironiji: stupanj univerzalnog anthroposa i stupanj individualizma koji se univerzalizuje, za modernu civilizaciju.

Dok su magijskim i religijskim učestvovanjima (projekcijama — identifikacijama), bliska po svom često imaginarnom karakteru, estetska učestvovanja su, po svom svetovnom karakteru bliska afektivnim učestvovanjima koja upravljaju našim odnosima s drugim ljudima (u naklonostima, ljubavima, mržnji itd.), kao i odnosima s velikim pokretačkim silama života (nacijom, otadžbinom, porodicom, partijom itd.). Ali i ovde odsustvo praktične, fizičke ili neposredne životne primene izdvaja estetski odnos.

Zaista, projekcije — identifikacije povezane su sa svim sferama ljudskog interesovanja; zaista, ne postoje oštre granice između praktične, magijsko-religijske i praktične ravni; njihov je odnos fluidan. Ali naročito u imaginarnom estetska sfera se izdvaja. Sasvim je pogodno sada razmotriti značenje i ulogu imaginarnog u estetskom.

Imaginarno je s one strane života, mnogoliko i mnogostrano, a ono napaja i naše živote. To je beskrajan, nepresušan izvor koji prati ono što je aktuelno, odnosno pojedinačno, ograničeno i završeno u vremenu i prostoru. To je antagonistička i komplementarna struktura onoga što se zove stvarnost i bez koje, bez sumnje, ne bi bilo stvarnosti za čoveka, ili, pre još, ne bi bilo ljudske stvarnosti.

Imaginarno počinje slikom-odrazom, kojoj pridaje neku fantomsku moć — magija dvojnika — i ide dalje do najluđih snova, proširujući mentalne galaksije do u beskraj. Daje lik i obličje ne samo našim željama, našim težnjama, našim potrebama već isto tako našim patnjama i našim strahovanjima. Oslobađa ne samo naše snove o ispunjenju želje i o sreći već isto tako naše unutrašnje zloduhe, koji ruše tabue i zakon, donose propast, ludilo i užas. Imaginarno ne samo da daje lik i obličje onom što je moguće i ostvarljivo već stvara nemoguće i fantastične svetove. Može biti bojažljivo ili smelo, da se tek malo odvaja od stvarnog, jedva se usuđujući na male neposlušnosti ili da se zagnjuruje u pijanstvo instinkata i sna.

Velike mitologije sadrže, ukrštene, različite mogućnosti i različite stupnjeve imaginarnog. Ali svaka velika mitologija ima svoje sopstvene strukture, a svaka kultura oblikuje posebne odnose između ljudi i imaginarnog. Sve u svemu, jedna kultura predstavlja neku vrstu neurovegetativnog sistema, koji, zavisno od svoje mreže, napaja stvarni život imaginarnim a imaginarno stvarnim životom.

Ovo napajanje se vrši kroz dva kanala: kroz kanale projekcije i identifikacije ... Imaginarno je projekcioni sistem koji se izgradio u spektralni univerzum i koji dopušta projekciju i magijsku, religijsku ili estetsku identifikaciju.

U magijskom ili religijskom odnosu veza sa imaginarnim se duboko odražava na život: imaginarno diktira svoje naredbe. U estetskom odnosu, naprotiv, može da izgleda kao da je život ostavljen po strani. Ali to ostavljanje po strani, bilo to samo zbog toga što dopušta bekstvo ili daje razonodu, može da igra ulogu utešitelja ili regulatora u životu, bilo upućujući unutrašnja htenja prema imaginarnim putevima oslobađanja, bilo dopuštajući psihička poluzadovoljenja, u izvesnom smislu analogna onanističkom zadovoljenju, kada se ljubav ostvaruje uz slike koje samo mašta stvara; tako, na primer, bezbrojne agresije koje se u filmovima viđaju mogu delimično da zadovolje agresivne želje koje se inače ne mogu zadovoljiti u životu.

Svaka projekcija rađa izvesno psihičko oslobađanje, to jest potiskivanje iz sebe onoga što previre u neznanoj unutrašnjosti ličnosti. Među svim mogućim projekcijama najznačajnija je ona koja ima karakter egzorcizma, pošto ona zlo, stravu, kob vezuje za ličnosti predodređene za žrtveno-obrednu smrt. A to će reći tragediju.

Tragična smrt junaka integriše u estetski odnos, ali na očigledno ublažen način, odluke jednog od najstarijih i najraširenijih magijskih obreda: prinošenja žrtve. Prinošenje žrtve nije samo ponuda ugodna duhovima i bogovima; to je takođe obraćanje samim izvorima života, preko magijskog učinka smrt-nanovno rađanje; to je, najzad, pod izvesnim okolnostima, psihički transfer sila zla, nesreća i smrti na jednu ispaštajuću žrtvu (kao što je, na primer, onaj ispaštalac tuđe krivice u jevrejskom obredu, koji, uostalom, zamenjuje primitivnu ljudsku žrtvu) i koje se sada izgone ovom osudom na smrt. Žrtvovanje nevinog i čistog bića — mistično jagnje hrišćanstva, mlada devica u grčkoj tragediji — dobija tako ogromnu pročišćavajuću moć. I baš to je taj mehanizam pročišćenja — katarza — koji je Aristotel pronašao u tragediji. Edip samo na sebe prima teret rodoskrvnuća, čiji pritisak mutno oseća cela zajednica, koji je tajno skriven u svakom; teška kazna što ga sustiže smanjuje ljutnju bogova — odnosno môru kod ljudi. Isto tako, bezbrojni junaci, žrtve tragične fatalnosti, nedužno proganjani po melodramama, prihvataju i izgone na jedan, doduše manje efikasan, način nego prineta žrtva, zlo, greh i smrt.

Snage projekcije — to će reći i snage razonode, bekstva, kompenzacije, progona, odnosno transfera sa žrtvenim karakterom — šire se na svim vidicima imaginarnog. One tkaju emfatične svetove epopeja, čarolija, fantastičnog. Dopiru s onu stranu vremena i prostora, u egzotične predele i mitološko doba. Spuštaju se u podzemlja zločina i smrti. Hrle u idealizovane svetove, gde je sve silnije, jače i bolje.

U okrilju svih tih projekcija deluje neka identifikacija: čitalac ili gledalac, dok sebe oslobađa izvesnih psihičkih mogućnosti i vezuje ih za junaka u određenoj

situaciji, poistovećuje se sa ličnostima koje su mu u stvari strane, i oseća da dozvoljava iskustva koja u stvari nema.

Različiti faktori idu u prilog identifikaciji; optimum identifikacije uspostavlja se na tački na kojoj se realizam i idealizacija nađu u nekoj ravnoteži; treba da budu zadovoljeni uslovi verovatnosti i verodostojnosti koji obezbeđuju komunikaciju sa doživljenom stvarnošću, da ličnosti na neki način pripadaju svakodnevnom življenju, ali takođe imaginarno treba da se za nekoliko stepenika uzdiže iznad svakodnevnog života, da ličnosti žive intenzivnije, s više ljubavi, s više osećajnog bogatstva nego obični smrtnici. Isto tako, imaginarna situacija treba da odgovara dubokim interesovanjima, da obrađeni problemi budu u tesnoj vezi s potrebama i težnjama čitalaca ili gledalaca; i, najzad, junaci treba da su ispunjeni krajnje simpatičnim osobinama. Na tom optimumu, ličnosti izazivaju naklonosti, ljubav, nežnost; one nisu više toliko sveštenici u nekom svetom obredu, kao u tragediji, već idealizovani alter *ego* čitaoca ili gledaoca, koji najbolje ostvaruju ono što čitalac ili gledalac u sebi oseća kao mogućnost. I još više, ovi junaci romana ili filma mogu da postanu primeri ili uzori: »bovaristička« identifikacija izaziva želju za podražavanjem.

Ova želja za imitacijom može da se izlije u životu, da podražavanje uputi na detalje (podražavanje načina češljanja ili odevanja, šminkanja, mimike filmskih junaka) ili da deluje na razne stavove u životu, kao što je traženje ljubavi i sreće.

I tako na izvesnom identifikativnom optimumu projekcije — identifikacije imaginarno stvara usmeravajuće mitove koji predstavljaju istinske »uzore kulture«. I obrnuto, postoji projekcioni optimum bekstva od nečeg, kao i »pročišćenja«, to jest transfera-potiskivanja patnji,

priviđenja, strahovanja, kao i nezadovoljenih potreba i zabranjenih težnji.

Postoje takođe i *pessima,* ako tako može da se kaže, u kojima odnos realno-imaginarno održava neku vrstu mučne napetosti, zatvorene između sna i života; želja za podražavanjem može biti intenzivna, bez mogućnosti ostvarenja, i može da se izrodi neuroza, koja se neumorno drži imaginarnog, a uvek je nezasitno nezadovoljena; projekcija može biti do te mere zaslepljujuća da dovodi do hipnotičkog preobražaja života; čovek počinje da se ponaša kao mesečar, i sva njegova snaga se usmerava na potrošnju imaginarnog.

Ove »optima« i ove »pessima« krajnosti su promenljive, zavise ne samo od romanesknih tema već i od čitalaca ili gledalaca (uzrasta, pola, društvenog položaja, klase, nacionalne pripadnosti, individualne psihologije itd.).

Dijalektika projekcije-identifikacije ostvaruje se u okviru beskrajno promenljivih i oprečnih mogućnosti.

Poslužiću se jednim apstraktnim dvostrukim primerom: neka je dat film A, čiji je junak bogata i simpatična ličnost; i jedan drugi, film B, čiji je junak siromašna i simpatična ličnost kao Šarlo. I bogati i siromašni gledalac mogu uživati u oba ova filma i zaključiti da su oba ova junaka podjednako simpatična. Međutim, u stvarnom životu ima mnogo izgleda da se bogati gledalac s gađenjem okrene od neke skitnice, a da siromašni gledalac s mržnjom pogleda milijardera. Projekcija i identifikacija su izmenile društveni odnos. Siromašni i bogati

gledalac su mogli pobeći iz svoje kože (projekcija), bogati u slučaju filma B, siromašni u slučaju filma A. Odnosi B — bogataš, A — siromah možda će za jedan tren da zadovolje potrebe i jednog i drugog za bekstvom. A što se tiče identifikacije, uzmimo da je sada bogati gledalac očaran stavom i načinom života junaka u filmu A: on će potom moći, svesno ili nesvesno, da posluži isti koktel kao junak filma, da kao on ispije svoje piće, da se kao on udvara nekoj lepoj ženi, da pribavi kola iste marke ili nameštaj istog stila. Uzmimo da siromah, očaran skitnicom u filmu B, odluči da počne bezbrižno da shvata život: on će se sutradan prema svome poslodavcu ponašati pomalo podrugljivo kao i junak filma. Uzmimo sada da bogati gledalac sanja o tome da sve napusti da bi bio sličan bezbrižnoj skitnici, ali nema hrabrosti da izmeni svoj život: on će svoj nemoćni san održavati putem filmova; obrnuto, siromašni gledalac bi na sličan način mogao pothranjivati svoj nemoćni san o bogatstvu. Ova dva filma će pothranjivati priviđenja kojima su opsednute ovakve dve ličnosti.

Siromah i bogataš mogu biti zamenjeni Amerikancem i Rusem, crncem i belcem, čovekom XVIII i čovekom XX veka. Među ovim ljudima koji pripadaju različitim društvenim klasama, položajima, rasama, različitim epohama mogruće *je zajedničko imaginarno područje* i, stvarno, postoje zajednička imaginarna područja. Ona su zajednička, a to znači da odnosi projekcija-identifikacija tu mogu biti mnogostrani. U istom delu mogu se ostvariti na magijskom, religijskom, estetskom planu: Biblija, kao i statue na katedrali u Remsu kod onih koji ne veruju izazivaju estetizovane projekcije-identifikacije. Tokom više od dva milenij uma, grčka mitologija je sačuvala uvek obnavljane estetske projekcije-identifikacije. Romantični komad, kao što je *Čaterton* Alfreda

de Vinjija (Alfred de Vigny), mladi pesnici su primili identifikativno, a neki su u njemu našli podsticaj za samoubistvo, dok su ga filistarski buržuji primili projektivno.

Zajedničko imaginarno područje dozvoljava da shvatimo kako jedno delo proizašlo iz određenih psiholoških, socioloških, istorijskih uslova može da ima odraza van svoje sredine i svoje epohe. To je paradoks »univerzalnosti remek-dela«.

Univerzalna umetnička delà su ona koja od samog početka u sebi sadrže ili pak tokom vremena u sebi gomilaju beskonačne mogućnosti projekcije-identifikacije.

Tako, jedno umetničko delo izbegava svoju sopstvenu sociologiju, ali u isto vreme upućuje na sociologiju. Homerovo delo beži iz stare Grčke, ali ne u oblast estetskih suština, već da bi se ovaploćavalo i preobražavalo tokom vekova i civilizacija, nalazeći sebi mesto u zajedničkim imaginarnim područjima.

Masovna kultura *razvija svoja zajednička imaginarna područja* u *prostoru:* težnja za maksimalnom publikom podstiče je na to da se prilagođava različitim društvenim klasama, uzrastima, različitim narodima. Ali ona ipak izražava društvene tokove koji preovlađuju u civilizaciji Zapada. Da bi se bolje razumela njena specifičnost, treba istovremeno razmotriti njene teme, njihove istorijske i sociološke korene i njihovo širenje. Taj pristup jeste mnogostran, reč je o neprestanom dijalektičkom kretanju od socijalnog ka imaginarnom, ali to nam dopušta da bolje osvetlimo jedno i drugo, jedno putem drugog.

A potrebno je i da saznamo *hic i nunc* u kojoj meri masovna kultura obezbeđuje razonodu i bekstvo od problema, nadoknadu za izgubljeno, isključenje, pročišćenje (katarzu), u kojoj meri održava opsesivne utvare, u kojoj meri pruža uzore za život, dajući oblik i izgled potrebama koje teže za ostvarenjem. *Odnosno, u* kojoj *meri estetsko* obesnažuje i obaueštava *svakodnevni život.*

Drugi deo

MODERNA MITOLOGIJA

Sa svojim prvobitnim *karakteristikama, masovna kultura je počela da se razvija počev od tridesetih godina, najpre u SAD. Posle drugog svetskog rata postavila je sebi čvrstu tematiku, u svim zemljama Zapada. Neizostavno moramo postaviti sledeću opštu hipotezu: ova tematika najpre odgovara razvoju američkog društva, a potom ostalim društvima Zapada.*

Ovaj razvoj je dobro poznat: gradske narodne mase i deo sela pristupaju novom standardu života: one postepeno ulaze u svet blagostanja, dokolice, potrošnje, koji je do tada pripadao samo građanskoj klasi. Kvantitativne promene (porast kupovne moći, sve veća zamena ljudskog truda mašinama, povećanje vremena za dokolicu) začinju i sporu kvalitativnu metamorfozu: problemi individualnog, privatnog života, problemi potpunog ostvarenja ličnog života jasno se postavljaju, ali ne više samo na nivou građanskih klasa već i na nivou novog sloja zaposlenih, koji je u punom razvoju.

Rad za platu, u okviru džinovskih birokratskih i industrijskih kompleksa, lišen je kreativnosti, samostalnosti i odgovornosti. Povećavanjem mehanizacije, rad je fizički postao manje naporan, ali povećavanjem specijalizacije gubi svaki lični sadržaj. To je »razmrvljeni rad« fabričkog radnika, obezličeni posao piskarala. Relativna

sigurnost stečena u poslu (kolektivni ugovori, socijalno osiguranje, funkcionalni dodaci, penzije) i razvoj dokolice umanjuju afektivnu snagu briga koje su vezane za život na radu. Život nalazi nove izvore izvan rada, doživljeni sadržaji traže utočište u dokolici i još više usmeravaju čoveka ka ličnom životu.

Tako promena životnih uslova pod uticajem tehnike, povećavanje mogućnosti potrošnje, stavljanje u prvi plan ličnog života odgovaraju novom stepenu individualizacije ljudskog življenja.

Masovna kultura zadovoljava novonastale lične potrebe. Ona će ličnom životu pružiti slike i uzore koji daju obličje njenim težnjama. Neke od tih težnji ne mogu se zadovoljiti u velikim strogo uređenim birokratizovanim gradovima; u ovom slučaju kultura obezbeđuje mogućnost bekstva u svet u kome vladaju pustolovina, kretanje, neobuzdana akcija, sloboda, ali ne sloboda u političkom smislu, već sloboda u ličnom, osećajnom smislu, vezanom za zadovoljenje potreba ili prigušenih i zabranjenih instinkata. Ali na jednom drugom planu slike se približavaju stvarnosti, ideali postaju uzori, koji podstiču izvesne oblike ponašanja i delanja... Jak prodor imaginarnog u stvarno nameće mit ov e samoostvarivanja, junake uzore, ideologiju i praktična uputstva za lični život. Ako pogledamo kako čovek društava Zapada sve više brine samo o blagostanju i društvenom položaju, s jedne, o ljubavi i sreći, s druge strane, vidimo da masovna kultura stvara mitove koji vode težnjama slobodnim od svake vezanosti za ono što je zajedničko. Kako je rekao Leo Bogart u delu The Age of Television (str. 7) »mass-media su raširila popularnu predstavu o tome šta je u stvari, ,dobar

život. I učinivši taj život bliskim, ona su ga učinila koliko mogućim, toliko i poželjnim za široke mase«.

Masovna kultura postaje, dakle, veliki proizvođač mitova koji usmeravaju dokolicu, sreću, ljubav; otuda u njenoj osnovi leže kako težnja da se stvarno prelije u imaginarno, tako i težnja da se imaginarno prelije u stvarno. Ona nije samo bekstvo, ona je, istovremeno i protivrečno, integracija.

VIII

SIMPATIJA I HAPPY END

Tridesetih godina počinju jasno da se ocrtavaju one sile koje imaginarno usmeravaju ka realizmu i podstiču identifikaciju gledaoca ili čitaoca s junakom.

Sentimentalna štampa, koja je u Francuskoj počela sa rubrikom *Poverljivi razgovori* (1937), integriše u realistički okvir sentimentalne teme romana Delija (Delly) i Maksa di Vezija (Max du Veuzit). Ona, u stvari, održava važan melodramski sektor u kome ima dvoraca, sirotica, tužnih ljubavnika, a film-romani neguju projektivno imaginarno sa luksuznim »kadilacima« i bogatim naslednicama. Ali veliki broj ovih priča se uklapa u realističke okvire, i *Poverljivi razgovori* čak predstavljaju svoje priče kao doživljena zbivanja, dopuštajući da se imaginarno pomeša sa stvarnim.

U oblasti same dečje štampe, tom velikom carstvu projektivnih snova, legendarni vitezovi uzimaju lik vratolomnih avijatičara, stare fantastične priče se delimično prelivaju u novu epopeju budućnosti, onirizam se prepliće sa tehnikom; osim toga, identifikacioni fermenti deluju: Tenten je realističan superdečak koji za sebe identifikativno vezuje čitaoca od desetak godina; taj anti-Veliki Mon ne upravlja dečje snove prema nekom zelenom raju, prema šizofrenim tajnama unutarnjih sanjarija; on, naprotiv, nosi snove u okrilje realnog sveta

detektivske, naučne, egzotične pustolovine, i zadržava samo jednog čuvara i saputnika naivnog malog deteta: prijatelja psa koji govori...

No tek se u filmu, najpre američkom, potom zapadnoevropskom, između 1930. i 1940, ostvaruje stvarno potpuna i značajna revolucija. Zapleti se odvijaju u okvirima verovatnog. Dekor daje privid potpune realnosti. Glumac je sve »prirodniji«, i na kraju će prestati da bude sveto čudovište koje izvodi neki ritual, i postati egzaltirani gledaočev dvojnik za koga se ovaj vezuje sličnostima i, istovremeno, dubokom simpatijom.

Simpatični junak, tako različit od tragičnog ili junaka koji izaziva sažaljenje, i koji napreduje na njihovu štetu, jeste junak identifikativno vezan sa gledaocem. On može da bude obožavan, sažaljevan, ali uvek mora da bude voljen. Voljen je jer se može voleti i jer voli. Ovaj junak koji se može voleti — koji voli — koji je voljen, uvlači se u lik filmskih junaka, podrazumevajući tu čak i komičara; ovaj poslednji nije više samo klovn, to jest groteskna ličnost; i on postaje simpatičan i na kraju će se koristiti *happy* end-om.

Počev od tridesetih godina sve se jače povezuju realistička struja, simpatični junak i *happy end.*

Happy end je sreća simpatičnih junaka, stečena gotovo proviđenjem, posle iskušenja koja bi normalno trebalo da dovedu do neuspeha ili tragičnog ishoda.

Protivrečnost na kojoj počiva svaki dramski zaplet (borba protiv fatalnosti, sukob sa prirodom, sredinom, drugim ili samim sobom), umesto da nađe izlaz, kao u tragediji, bilo u smrti junaka, bilo u nekom dugotrajnom iskušenju ili ispaštanju, razrešava se *happy end-om.*

Masovno uvođenje happy end-a sužava mesto tragičnog u savremenom imaginarnom. Prekida s hiljadu-

godišnjom tradicijom, proizašlom iz grčke tragedije, koja se nastavlja sa španskim pozorištem Zlatnog veka, sa elizabetanskom dramom, francuskom klasicističkom tragedijom, Balzakovim, Stendalovim, Zolinim, Dodeovim romanom, melodramom, naturalističkim romanom i romanom namenjenim masama od Ežena Šija do Ponsona di Teraja, najzad sa melodramskim filmom epohe nemog filma. *Happy end* prekida ne samo sa zapadnom već i sa univerzalnom tradicijom, koja se, uostalom, još uvek delimično zadržala u latinskoameričkim filmovima, a još više, u indijskim i egipatskim.

Po univerzalnoj i hiljadugodišnjoj tradiciji, junak, iskupitelj ili mučenik, ili pak iskupitelj i mučenik, privlači na sebe, ponekad čak i u obliku smrti, nesreću i patnju. Ispašta tuđe greške, praroditelj ski greh, i svojom žrtvom ublažava prokletstvo ili gnev sudbine. Velikoj tradiciji je potrebno ne samo kažnjavanje zlih već i žrtvovanje nevinih, čistih, plemenitih.

Žrtvovanje je bilo u smrti, bilo u dugom iskušenju. U ovom poslednjem slučaju može se naći bilo umirenje ili pomirenje (Edip), bilo naknada na kraju (mali Remi u romanu *Bez porodice, Groj* Monte *Kristo, Grbonja).* Ako u filmu sa *happy* end-om i trpi zlo, strada u moralnim ili fizičkim mukama, iskušenja kratko traju; retko traju tokom celog života, kao u slučaju Žana Valžana, ili tokom celog detinjstva, kao u delu Due sirotice. Junak koji savlađuje opasnosti izgleda da je postao imun od smrti. Film se završava nekom vrstom večitog proleća, gde će ljubav, ponekad praćena bogatstvom, moći ili slavom, zauvek zračiti svojom toplinom. *Happy end* nije nadoknada niti smirivanje, već nalet sreće. Ima nekoliko stupnjeva *happy end-a;* počev od najpotpunijeg blaženstva (ljubav, novac, ugled), do nadanja u sreću, kada par hrabro polazi na put, u susret životu. Retki su i periferni

oni filmovi koji se završavaju smrću ili, još gore (jer smrt uvek osnažuje), porazom glavnog junaka.

Revolucija se ostvaruje u carstvu imaginarnog usled masovne navale *happy end-a.* Ideja o sreći (videćemo dalje) postaje osećajno jezgro novog imaginarnog. A *happy end,* naporedo s tim, implicira još jaču identifikaciju s junakom. U isto vreme, dok se junaci približavaju običnim ljudima, dok su sasvim među njima, dok nameću svoje psihološke probleme, oni su sve manje i manje izabrani sveštenici u nekom svetom obredu, da bi na kraju postali gledaočev *alter ego.* Sentimentalna i lična veza koja se uspostavlja između gledaoca i junaka je takva, u ovoj novoj klimi simpatija, realizma i psihologizma, da gledalac više ne podnosi da njegov alter *ego* bude žrtvovan. Naprotiv, od njega očekuje uspeh, pobedu, dokaz da je sreća moguća. I tako, paradoksalno, ukoliko se film više približava stvarnom životu, utoliko se završava nestvarnijom i mitskijom vizijom: zadovoljavanjem želja, ovekovečenjem sreće.

Tako se dešava da, u izvesnom smislu, *happy end* uvodi u moderni realizam završetak poslat od proviđenja, kao u bajkama, ali koji se sada vezuje za trenutak uspeha ili ispunjenja. Stara priča se završavala u tihoj trajnosti onoga — »bili su srećni i imali mnogo dece«. *Happy end* ovekovečuje poljubac uveličan muzičkim fortisimom. *Happy end* briše prošlost i budućnost u apsolutnosti uzvišenog trenutka. Masovna kultura uspostavlja *happy end-om* jedan novi estetsko-realistički modus, koji je zamena za spasenje kroz veru, u kome čovek, posredno, ostvaruje svoju težnju ka besmrtnosti.

Happy end se razvio naporedo u modernom popularnom romanu (detektivskom, pustolovnom), u sentimentalnoj štampi (gde se sve priče srećno završavaju) i,

najzad, u najsnažnijoj struji u filmu, dok se na nižoj lestvici masovne kulture uporno zadržao sektor melodramskog i epskog, a na višoj lestvici — tragičnog.[1]

Prisilna snaga *happy end-a.* se ispoljava vrlo otvoreno u adaptacijama romana za film. Pritisak *happy end-a* je tako jak da se čak menja kraj romana, što zabranjuje tabu poštovanja umetničkog delà. Doduše, ne usuđuju se da izmene rasplet najvažnijih delà prošlosti, kao što su *Ana Karenjina* ili Braća *Karamazovi* (iako poslednje slike filma Ričarda Bruksa mnogo insistiraju na nadi Dimitrija i Grušenjke u spas)[2]. Ali, menja se kraj savremenih romana, kao što su *Most na reci Kvaj* Pjera Bula (Pierre Boulle), *Mladi lavovi* Irvina Šoa (Irwin Shaw), Brana na *Pacifiku* Margarete Dira (Marguerite Duras).

Roman Pjera Bula se završava neuspehom. Greškom engleskog majora most izgrađen na reci Kvaj ne leti u vazduh. Jedino je oštećen japanski voz. Pjer Bul, koji je adaptirao svoj roman za film, dugo se trudio da se izbori za sopstveni završetak. Ali producenti su bili uporni. Most je *morao da odleti.* Heroizam male britansko-američke čete ne bi mogao biti uzaludan. Smrt većine simpatičnih ličnosti u filmu je morala biti nadoknađena, nagrađena rušenjem mosta, i engleski major je čak morao nesvesno da se otkupi padajući na detonator. Pjer Bul je morao da se prikloni, samo delimično zadržavajući krajnji smisao svoga romana, u poslednjem kadru, kada britanski vojni lekar, izbezumljenog lica,

[1] Videćemo dalje da se u okviru gangsterskog filma pod pritiskom cenzure *happy end* zabranjuje i da se od Lica s ožiljkom do *Džungle na asfaltu* obnavlja prava moderna tragedija u ovoj oblasti.

[2] Roman Dostojevskog se završava razgovorom Aljoše sa daćom.

dva puta uzvikuje, kao na kraju neke Sekspirove drame, *madness, madness**, pre nego što se kamera upravi prema nebu, uznoseći žrtvu ovih junaka kao neku vrstu kosmičkog žrtvovanja.

Kraj *Mladih, lavova* je potpuno izmenjen. Čudna stvar se dešava, ali nije izuzetna, nije Irvin Šo, mada poznati pisac scenarija u Holivudu, sam adaptirao svoj roman za film, već je to učinio Edvard Enhalt (Edward Anhalt).

Na kraju romana, dva prijatelja, Majki i Noah, nalaze se na Švarcvaldu, poslednjih dana nacističkog sloma. Preživeli su sve opasnosti. Rat se završava. S druge strane, Kristijan, nemački junak, takođe je preživeo. On iznenađuje Majkla i Noaha. Po inerciji, ubija Noaha. Majki će njega ubiti. Knjiga se završava ovako: »Amerikanac je stajao, sasvim ga je nadvisivao svojim rastom. Kristijan se nasmeši.

— Dobrodošli u Nemačku, reče na dobrom engleskom.

Video je kako Amerikanac diže svoju pušku i pritiska obarač«.

Film ovakav kraj zamenjuje *happy* enđ-om. Jedino je Nemac ubijen, a poslednja slika nam prikazuje Noaha demobilisanog, po povratku u Njujork, kako izlazi iz metroa. Gleda prema prozoru svog stana i vidi svoju ženu koja ga čeka s detetom u naručju. Osmeh pun sreće. U kreščendu raspevane muzike reč *End* obavija njihovu sreću večnošću celofanske trake.

Irvin Šo, koji je adaptirao roman Margarete Dira za film, podveo je pod isti postupak Branu na *Pacifiku,* koji je pretrpeo i njegov roman u rukama Edvarda

* Ludilo. — Prim. prev.

Enhalta. Na usamljenoj plantaži na vijetnamskoj obali udovica se tvrdoglavo bori s morem, koje plavi njene žetve. Njeno dvoje dece, Zozef i Suzana, samo sanjaju o odlasku. Kada majka umre, i jedno i drugo će otići zauvek. U filmu Suzana neće otići sama, već s čovekom koga voli (u knjizi ona je nevoljena ljubavnica susedovog sina); Žozef će ostati sam na porodičnom dobru; zahvaljujući cementu pristiglom uz pomoć proviđenja, on će moći da sagradi nerazrušivu branu. Reč »kraj« je ispisana na kolima koja odnose srećne ljubavnike, dok im Žozef, s drugog kraja peščanog puta, maše.

A u stvari, roman se završava sahranjivanjem majke, koje se stapa s velikom kosmičkom temom smrt — nanovo rađanje (zalazak sunca — piska dece). »Zozef se diže i drugi učiniše isto. Žena pokrenu kola i okrenu ih. Agosti i Zozef podigoše kovčeg.

Noć je potpuno pala. Seljaci su još uvek bili ovde, čekajući da ovi krenu, da bi na kraju i sami pošli. Ali deca su već bila otišla, u isto vreme kad i sunce. Iz kućica je dopirao njihov tihi pisak«.

U ova tri filma, koji se nalaze iznad nivoa tekuće proizvodnje, uspostavljen je kompromis između *happy* enđ-a i pravog kraja, koji je po svojoj suštini tragičan. U *Mladim lavovima* Nemac, Kristijan Distl (Marlon Brando), ličnost u osnovi simpatična, ipak umire onda kad se mogao predati Amerikancima i posvetiti se nekoj uzbudljivoj profesiji u demokratskom režimu. Ali ta smrt je izbrisana srećnim povratkom Noaha Akermana (Montgomeri Klift). Brana na *Pacifiku* istovremeno se završava klasičnim *happy* end-om (ljubav pobednik), *poluhappy* end-om (sin s uspehom nastavlja delo svoje majke), bolom (brat se rastaje sa sestrom). Ono što je izostavljeno jeste zaludnost divlje majčine borbe da

spase svoju zemlju. Isto tako, ono što je ublaženo u *Mostu na reci Kvaj* jeste potpuni apsurd beskorisnog truda.

Ovo nam pokazuje da se *happy end,* putem identifikacionog odnosa gledalac—simpatični junak, uklapa u jedno potpuno određeno shvatanje života. Nastojeći da ukloni tragediju, *happy end* se trudi da odagna osecanje apsurda i zaludnosti ljudskih poduhvata, ono Šekspirovo bajka je to što *tikvan priča nju, prepuna buke, pomame i besa, a posve prazna*.*

I pored toga što je od Kafke i Kamija književnost intelektualaca sva ispunjena apsurdom, masovna kultura se trudi da prilagodi, da umiri i najzad da uguši apsurd, da dâ smisao životu, isključujući besmisao smrti. *Happy end* je postuliran u optimizmu sreće, optimizam — da se isplati uloženi napor (treba svaki plemeniti i junački poduhvat da bude nagrađen ovde na zemlji). S druge strane, svaka intervencija političke sile u okviru kulture takođe postulira srećan završetak, jer politička sila tvrdi da je sve u redu u društvu kojim ona upravlja. I zato, pored ličnog *happy end-a* u zapadnom filmu, postoji »politički« *happy end;* u SSSR-u i u socijalističkim državama »optimistički« kraj je vladao u vreme Staljinove ere, zatim je nova struja izbila u tragediji filmova *Kanal* ili Kad *ždralovi lete.* Određeni poredak, i na Istoku i na Zapadu, na razne načine želi da odagna pesimizam u odnosu na realistički svet, koji bi inače bio klica društvene kritike ili ideološkog razjedinjavanja. *Ali postoji razlika između »optimističkog završetka« u korist društvenog sistema i happy end-a u korist ličnosti.* U intimnom *happy* end-u odbacivanje ili izbegavanje apsurda,

* Sabrana delà Viljema Sekspira, Makbet, *str. 334, »Kultura«,* Beograd 1966.

želja da se junaci spasu opasnosti predstavljaju, u *negativnom smislu,* neku vrstu društvene sigurnosti ili osiguranja protiv svake zamišljene opasnosti, a u *pozitivnom smislu* mitološku valorizaciju sreće.

Ova dva vida — negativni i pozitivni — pokazuju da *happy end* daje sintetičku imaginarnu formu našim doživljenim težnjama koje se potvrđuju u *Welfare State** i u potrazi za ličnom srećom. Tiranija *happy end-a* odgovara novom demosu.

* Država blagostanja. — Prim. pre«.

IX

SPOJENI SUDOVI

Od XIX veka u novine ulaze roman-feljton i priča. Ali tek početkom XX veka imaginarno preplavljuje *mass-media*. Počinje da izlazi periodična štampa, isključivo romanesknog karaktera (sentimentalna, pustolovna ili detektivska). Film se pretvara u spektakl i okreće se poglavito sadržajima u znaku fikcije. Zatim radio postaje snažno sredstvo za širenje šansona i igara, a potom i televizija ima sličnu svrhu.

Tako je imaginarno, i pre nove struje, steklo vladarsko mesto u domenima koji su, izgledalo je, bili posvećeni samo informisanju (štampa), prikazivanju stvarnog (film), prenošenju komunikacija (radio).

U okviru *mass-media* obrazovan je, dakle, dvostruki sektor: u svakom filmskom spektaklu postoji, pored romanesknog, i nešto od svakodnevnih novosti, odnosno nešto dokumentarno; televizijski programi se prave tako da sadrže naizmenično i informativno i imaginarno, dokumentarno i spektakularno; isto dvojstvo nalazimo, u različitim vidovima, u štampi (romaneskno je u manjini u dnevnoj štampi, a u sentimentalnoj preovlađuje).

Počev od tridesetih godina, nova struja masovne kulture počinje da uvodi u sektor informativnog, sve jače i jače, izvesne šeme i teme, koje je već pobednički uvela u oblast imaginarnog. Drukčije rečeno, masovna

kultura prelazi granice imaginarnog i osvaja oblast informisanja.

Tako se dramatična situacija naglašava nauštrb informisanja u pravom smislu reči. Štampa se uhvatila za Cesmenov slučaj da bi od toga napravila neku vrstu kriminalističkog romana o iščekivanju smrtne kazne; čovek koji proživljava svoje poslednje dane iz časa u čas je okružen kolektivnom ljubopitljivošću i posmatranjem; paralelna montaža čini da se trka ka smrti (neumoljivi mehanizam sudskog sistema) smenjuje sa trkom protiv smrti (žalbe advokata, peticije, intervencije međunarodnog mnenja). *Human touch* i *human interest** teže da u prvi plan istaknu najdirljivije ličnosti, kao što je slučaj sa onim parom što je nastradao uoči svog venčanja u katastrofi u Frežisu.

Ističući u prvi plan sve što može da bude uzbudljivo, senzacionalno, izuzetno, štampa jasno naglašava i sve ono što se odnosi na istaknute ličnosti: njihovi razgovori, poljupci, poveravanja, svađe prenose se člancima, razgovorima »rekla-kazala«, flešević, kao da je čitalac posmatrač jednog velikog spektakla, jednog stalnog super-šoua, čiji su izvođači ovi olimpijci. To izvanredno gutanje svega o privatnom životu vedeta razvija se uporedo sa privatnim sektorom informisanja koji obuhvata ne samo privatni život poznatih ličnosti već i kratke vesti.

Tako su glavne filmske teme — pustolovina, podvig, ljubav, lični život — povlašćene i u oblasti informisanja.

I sama politika delimično zadire u područje masovne kulture, naročito u SAD: izborna bitka sve više i više dobija oblik nekog televizijskog takmičenja, pri čemu kandidatove simpatične osobine, njegov lik, osmeh i

* Ljudski odnosi i interesovanja — Prim. *prev.*

lepota njegove žene postaju politički aduti. Masovna kultura sebi prisajedinjuje velike političare, ne veličajući toliko njihove izvanredne državničke vrline (što pripada domenu političke propagande) već otkrivajući njihove ljudske osobine kao oca ili muža, njihov lični ukus, njihovu intimnu ličnost. (Već su se, istina, jedan Hitler, jedan Staljin, jedan Franko, kao uostalom i jedan dobroćudni predsednik Francuske Republike, fotografisali ili snimili za film sa nekom malom devojčicom u naručju. Ali ta poza je bila koliko očinska toliko i paternalistička, potvrđujući šefa države i u mitu oca nacije). Sa svoje strane, politička propaganda koristi, ali sebi u prilog, izvesne recepte za popularnost koje je iznašla masovna kultura. Ali, uprkos tim ukrštanjima, razlike ostaju: masovna kultura relativno depolitizira političko kada ga uključuje u sebe, u tom smislu što može biti sasvim ravnodušna prema političkim temama u pravom smislu reči, priređujući isti doček jednom Niksonu ili jednom Kenediju, gotovo isti doček jednom Hruščovu ili jednom Ajzenhaueru. Relativno ravnodušna prema pravim političkim temama, masovna kultura nekog ističe samog isticanja radi, jer su joj istaknute ličnosti potrebne, i u tom smislu se oduševljava olimpijskom grandioznošću prijema, zvaničnih poseta itd. i pretražuje sva mesta u intimnom životu političkog olimpijca.

Najzad, nova struja stavlja poseban naglasak na kratke vesti. Kratke vesti ne opisuju događaje koji nas obaveštavaju o hodu sveta; to su, gledano istorijski. nesvrhoviti, beznačajni događaji. Ali oni čitaocu koji kroti sopstvene strasti i instinkte i čuva se svih opasnosti potvrđuju da strast, smrt i sudbina ipak postoje.

U kratkim vestima ograde normalnog života ruši neki nesrećan slučaj, katastrofa, zločin, strast, ljubomora, sadizam. Svet malih vesti ima zajedničko s imagi-

narnim (sanjarenjem, romanom, filmom), utoliko što remeti red stvari, ruši tabue, dovodi do krajnjih granica logiku strasti. Zajedničko mu je s tragedijom to što dopušta neumoljivu fatalnost. Taj svet doživljenog sna, doživljene tragedije i fatalnosti savremeni dnevni listovi zapadnog sveta ističu u prvi plan.

S druge strane, kratke vesti su utoliko povlašćenije što su spektakularnije: velike katastrofe su gotovo filmske, zločin je maltene romaneskni, sudski proces je gotovo teatralan. Štampa odabira životne situacije nabijene velikom afektivnom snagom (deca mučenici računaju na materinsko osećanje, zločini počinjeni zbog strasti računaju na ljubavna osećanja, nesrećni slučajevi računaju na elementarni patos). U kratkoj vesti u prvi plan se stavlja sama situacija, a na osnovu tipskih situacija gradi se značaj afektivno važnih ličnosti. U informacijama o olimpijcima istaknuta ličnost je povlašćena, a samim tim i situacije u vezi s njom dobijaju takav značaj, dok bi inače za većinu smrtnika pale u zaborav (svadbe, razvodi, porođaji, nesrećni slučajevi). Očigledno idealan slučaj je, ali redak, da olimpijac stigne u kratke vesti (Džems Din gine u automobilu. Kćerka Lane Tarner ubija ljubavnika svoje majke).

Najzad, izvesna štampa nas neumorno napaja pravom romanesknom ili dramskom sadržinom kamufliranom u obliku informacije, kako bi neprekidno mogla da na sceni zadržava svoje olimpijce: tako nas više od jedne godine *Frans dimanš* i Isi Pari obaveštavaju o tobožnjoj promeni u četvorouglu Margareta, Elizabeta, Toni, Filip i o trouglu: Šah, Soraja, Farah Diba. Tu se pred našim očima odvija jedan od najvažnijih postupaka u procesu mitologizacije.

Romansirano, »vedetizirano« informisanje, s jedne strane, kratke vesti — s druge, na kraju krajeva računaju na isti proces projekcije-identifikacije kao i filmovi, romani, pripovetke. I doista, i ličnosti u dramskim situacijama kratkih vesti i vedete u romansiranim situacijama dnevnih novosti, predstavljaju realnu građu, koja, međutim, ima istu afektivnu strukturu kao i imaginarno. Kratke vesti zamenjuju tragediju, »vedetizacija« — mitologiju. Naravno, projekcija-identifikacija nalazi mesto u svim ljudskim odnosima, čim su obojeni osećajnošću: mi se projiciramo i identifikujemo u našim prijateljstvima, ljubavima, divljenjima, mržnjama, ljutnjama itd. I na taj način imaginarno se uključuje u svakodnevni tok naših života; ali nazvažnije je da ovde ukažemo da prodor masovne kulture u oblast informisanja razvija jedan poseban tip odnosa projekcije i identifikacije, koji se kreću u pravcu romanesknog, tragedije i mitologije.

Tako, dok nova struja masovne kulture daje prevlast onoj imaginarnoj materiji koja predstavlja privid proživljenog života, dotle, u isto vreme, povlasticu uživa ona informativna materija koja ima afektivnu strukturu imaginarnog. Dok se imaginarno upućuje ka realizmu (a ovom terminu ne dajem onaj uski smisao koji je imao u književnosti i filmu, već globalni smisao kojim se suprotstavlja čarolijskom i fantastičnom), sredstva informisanja teže za tim da događaje na romaneskni ili teatralni način (ukratko, na filmski način), i razvijaju sklonost ka mitologizovanom.[1]

[1] Jedan tip dnevne štampe koju je nova struja razvila u SAD, Engleskoj i raznim drugim zemljama (u Francuskoj treba pomenuti pokušaj *Pari-Žur-a,* kao poluneuspeh), takozvani »tabloid newspapers«, bukvalno je izmenio novinske listove, koji sada postaju, kako kaže Leo Bogart »više sredstvo za zabavu nego sredstva informisanja« (Comic strips and their adult readers, vid. bibl. str. 244.

Ova dva suprotna usmerenja (imaginarno-realističko i romansirana ili mitologizovana informacija) teže istom uravnotežavanju. U Imaginarnom u masovnoj kulturi, izuzev nekih sektora (književnost za decu, fantastični filmovi), nema velikog mitološkog razmaha. Obrnuto, retke su vesti svojstvene masovnoj kulturi koje nisu natopljene mitologizovanom sadržinom. Postoji uzajamno prožimanje mita i stvarnosti.

To dodirivanje realnog i imaginarnog moramo vezati za jednu širu pojavu

Nova struja želi da umnoži kontakte između masovne kulture i njenih potrošača. Tako masovna štampa uvodi i uopštava pisma čitalaca. Čitaoci se ne pozivaju da bi samo dali svoje mišljenje već da zatraže i savet (rubrika »u četiri oka«). Veza između čitateljke štampe namenjene ženama i njenog lista se održava putem hiljadu žilica koje hrani ne samo rubrika »u četiri oka« već i intervjui, astrološki kalendar, saveti za kupovinu kućne opreme, odela itd.

Nova struja uvodi na radio, a zatim i na televiziju, nekakve prijateljske odnose. *Radio-Siti* je, prvi u Francuskoj, uveo živu komunikaciju sa slušaocem. Idući ovim stopama, Evropa I je zamenila spikera voditeljem emisije koji uspeva da vodi srdačan i šaljiv razgovor. Novi stil familijarnosti, prijateljstva, saradnje zamenio je recitatorstvo i ceremonijalnu zvaničnost. Istovremeno, nova struja je na radiju masovno razvila velike igre-takmičenja u kojima publika učestvuje. Ona ima pristup u salu gde se pripremaju velike emisije, raznolike i zabavne, kao što ima pristup i u studio Evrope I. Ljubitelji pevačkih konkursa na radiju, učesnici u raznoraznim »kvizovima«, ovi novi Edipi kojima sfinga masovne kulture bez prestanka postavlja zagonetke, u neku su ruku slušaočevi delegati, njegov *alter ego.*

Televizija je sve to učinila vidljivim. Još je dodala simpatično spikerkino lice, koja je ne samo lepa devojka već je pre svega blaga prijateljica koja se smeši. Televizija je umnožila familijarnost, veliku familijarnost masovne kulture.

To umnožavanje sredstava za posredovanje, komunikacija i kontakata stvara i održava atmosferu simpatije između kulture i njene publike. Masovna kultura se trudi da na idealan način obrazuje klub prijatelja džinovskih razmera, veliku porodicu u kojoj ne vlada nikakva hijerarhija.

Unutar te okeanske i raznolike simpatije, nova struja nezadrživo kroči napred; prevazilazi imaginarno i informaciju, i počinje da nudi obrasce za savršen *život.*

Iz saveta o ljubavi i ličnom životu (rubrika u »četiri oka«), saveta o higijeni (gde se mešaju estetske preokupacije sa brigama o zdravlju, vitamini i mladost tela, zaštita od raka i odbrana od starosti), pomalja se idealan tip čoveka, a naročito žene, uvek zdravih, mladih, lepih, zavodljivih. Metoda Gajelorda Hauzera je napravila sintezu lepote, zdravlja, mladosti. Postoji čitav niz drugih hedonističkih i praktičnih saveta: saveti za nameštanje i dekoraciju stana, saveti o odevanju i modi, kuhinjski saveti, saveti za lektiru (nisu zasnovani na književnoj kritici, već na uspesima *bestselera* ili reklame), astrološki saveti, saveti za sve i svaku priliku... Svi ovi saveti, zajedno uzeti, usmereni su ka postizanju ličnog ugleda, društvenog položaja, blagostanja.

Ovim prividno nezainteresovanim savetima priključuju se zainteresovana podsticanja uvek prisutne reklame. Reklama tako postaje sastavni deo masovne kulture. I ona vodi brigu o zdravlju, udobnosti, bogatstvu, ugledu, lepoti, zavodljivosti... Tako je masovna kultura, od imaginarnih junaka pa sve do reklamnih oglasa, prevoznik ćele gomile *stimulansa,* podsticaja, koji ili povećavaju postojeće ili izazivaju nove želje, žudnje, potrebe.

Stadijum na kojem se imaginarne teme masovne kulture pretvaraju u norme za praktični život poklapa se sa onim na kojem industrija i trgovina vrše pritisak na potrošnju. To je stadijum na kojem se vrši mnogostruka osmoza između reklame i masovne kulture.

Masovna kultura, to ćemo tačnije videti u sledećim glavama, u imaginarnim i romansiranim informacijama razvija teme o ličnoj sreći, o ljubavi, zavodljivosti. Reklama nudi proizvode koji obezbeđuju blagostanje, komfor, lično oslobađanje, društveni položaj, ugled, a i privlačnost. One se dopunjuju na jednom istom predmetu — ličnom životu. Otuda čvrsta veza između reklame i masovne kulture. Reklama kumuje masovnoj kulturi (radio i televizijski program, sportska takmičenja) a ova kumuje njoj. Masovna kultura je teren na kome reklama najuspešnije deluje, i obrnuto, sektori za reklamu velikih firmi plaćaju radio-emisije, reklamne filmove, to jest ceo jedan sektor masovne kulture. U izvesnom smislu, masovna kultura je reklamni vid potrošačkog razvoja zapadnog sveta. U jednom drugom smislu reklama je jedan od vidova masovne kulture jedan od njenih praktičnih nastavaka.

Da to isto kažemo malo drukčije: putem imaginarnog, putem romansiranih ili vedetiziranih informacija, putem kontakta i saveta, putem reklame ostvaruje se

prodor osnovnih tema koje teže da se ovaplote u stvarnom životu.

A to je slika željenog života, uzor stila života što ga, u krajnjoj liniji, razni sektori i teme masovne kulture slažu kao deliće jednog mozaika. Ta slika je ujedno hedonistička i idealistička; nju stvaraju, s jedne strane, industrijski proizvodi za potrošnju i upotrebu, čiji zbir obezbeđuje blagostanje i položaj, a s druge — prikazivanje ličnih težnji — ljubavi, ličnog uspeha i sreće.

X

OLIMPIJCI

»Neverovatno je *da, prosečno uzevši, znanja Amerikanaca o životu, ljubavi, neurozama polubogova i boginja koji žive na olimpijskim visinama Beverli Hila znatno prevazilaze njihovo poznavanje građanskih poslova«.*

B. Rozenberg i D. Maning Vajt

Na mestu gde se susreću na svom putu ka stvarnom i stvarno na svom putu ka imaginarnom smestile su se vedete masovne štampe, moderni olimpijci[1]. Ti olimpijci nisu samo filmske zvezde već i šampioni, prinčevi, kraljevi, plejboji, istraživači, slavni umetnici, Pikaso, Kokto, Dali, Saganova. Olimpizam jednih se rađa iz imaginarnog, to jest iz uloga ostvarenih u filmovima (filmske zvezde), olimpizam drugih se rađa iz posvećene funkcije (kraljevstvo, predsedništvo), iz njihovih herojskih delà (šampioni, istraživači) ili erotskih uspeha (plejboji, disteli). Margareta i BB, Soraja, Liz Tejlor, princeza i filmska zvezda susreću se na olimpu prve strane dnevnog

[1] Reč potiče od Anri Rejmona.

lista, koktela, prijema, na Kapriju, Kanarskim ostrvima i drugim čarobnim prebivalištima.

Sredstva informisanja prave od ovih olimpijaca vedete aktuelnih novosti. Ona uzdižu na stepen istorijskih događaja neka zbivanja lišena svakog političkog značaja, kao što su Sorajine i Margaretine sentimentalne veze, udaje li razvodi Merlin Monro ili Liz Tejlor, porođaj Dine Lolobriđide, Brižite Bardo, Farah Dibe ili Elizabete Engleske. U ovom poslednjem slučaju, na primer, Engleski dvor nekoliko dana ne silazi sa glavnih stubaca u francuskoj štampi, prikazuje se kao neka sveta tajna, u čijem centru su kraljica Elizabeta, princ Filip, princeza Margareta i cela kraljevska pratnja; ova tajna koja nas vraća u mitska vremena basnoslovnih rađanja, ovo *in illo tempore* istovremeno pripada i sadašnjosti i pokazuje nam da kraljica, iako »visoka« stomaka, deli drhtaje, strah i telesne patnje sa ostalim, običnim ženama. Idealna sinteza projekcije i identifikacije, kad kraljica, u isto vreme, pokazuje svoju natčovečnost i svoju krajnju čovečnost, pretvara običnu vest o rođenju deteta u spektakularni fleš.[2]

Ovaj novi Olimp je stvarno najoriginalniji proizvod nove struje masovne kulture. Filmske zvezde su već ranije proglašene za božanstva. Nova struja ih je humanizovala. Povećala je njihove ljudske veze sa publikom. Zatim je od kraljevskih dvorova, plejbojâ i čak ponekad političara napravila filmske zvezde. Otkako su nepristupačni i uzvišeni filmski starovi sišli na zemlju, otkako su se kraljevski dvorovi pretvorili u Trijanone masovne kulture — to jest od uzleta u pravom smislu reci same masovne kulture — život olimpijaca čini deo svako-

2 Up. Violette Morin, *Naissance d'un* bébé *royal* (vidi bibl.).

dnevnog života smrtnika, njihove legendarne ljubavi su neizvesne kao i ljubavi običnih smrtnika, njihova osećanja mogu imati i obični ljudi; ovi olimpijci mogu, od sada, prihvatiti čak pograđanjenje nekim narodskim brakom, kao što je fotograf za britansku princezu, lekar za italijansku divu, ali pod uslovom da ovaj narodski brak bude preobražen ljubavlju.

Novi olimpijci su ujedno namagnetizovani i imaginarnim i stvarnim, ujedno su ideali koji se nikako ne mogu oponašati i modeli koji se mogu podražavati; njihova dvostruka priroda je analogna teološkoj dvostrukoj prirodi boga-junaka u hrišćanskoj religiji: olimpijke i olimpijci su natčovečanski u ulozi koju utelovljuju, čovečanski u ličnom životu. Masovna štampa ovim olimpijcima daje mitološku ulogu, ali zato zadire u njihov intimni život, da pronađe ljudsku sadržinu koja omogućava identifikaciju.

Ovaj postupak primenjuje se i na šefove država. Ajk, Kenedi, u atmosferi popuštanja međunarodne napetosti — Hruščov, javljaju se u isto vreme kao suvereni vođi, kao dragi roditelji, voljeni muževi, čestiti ljudi u svojim domovima. Pošto su i obični i nepristupačni, oni takođe mogu da steknu dvostruku prirodu olimpijaca, čovečansku i natčovečansku. Za njima takođe jure fotografi, intervjuisti, ogovarači, koji se trude da izvuku na površinu srž njihovog ličnog života.

Olimp vedeta dominira masovnom kulturom, ali preko masovne kulture održava vezu sa običnim ljudima. Olimpijci, svojom dvostrukom prirodom, božanskom i ljudskom, obezbeđuju stalni protok između sveta projekcije i sveta identifikacije. Na toj dvostrukoj prirodi grade snažan kompleks projekcije-identifikacije. Ostvaruju neostvarljivosti koje obični smrtnici ne mogu da

realizuju, ali podstiču smrtnike da ostvare imaginarno. U ovom svojstvu olimpijci su energetski kondenzatori masovne kulture. Njihova druga priroda, putem koje svako može da bude u vezi sa njihovom božanskom prirodom, uključuje ih i u običan život. Spajajući svakodnevni život sa olimpijskim, olimpijci postaju *uzori kulture* u etnografskom smislu ovoga izraza, odnosno obrasci za život. To su heroji-uzori. Oni otelotvoruju mitove o samoostvarenju ličnog života. U stvari, olimpijci, a naročito filmske zvezde, koje se koriste delotvornošću filmskog spektakla, odnosno identifikatorskog realizma u ponašanju i stavovima filmovanog života, predstavljaju velike uzore koje donosi masovna kultura, i, bez sumnje, oni teže da skinu s pijedestala nekadašnje uzore (roditelje, vaspitače, nacionalne junake).

Već su 1930. *Payne Fund Studies* utvrdile da mladi Amerikanci u postupcima filmskih junaka nalaze ne samo podsticaj za sanjarenja već i uzore *ponašanja.* Delo M. Torpa (M. Thorp) i Mejerove (J. P. Mayer) ankete u Engleskoj[3] potvrđuju da su kretnje, poze, reci, način češljanja itd. bili podražavani, da su mladi gledaoci usvojili filmski obrazac *love making-a,* poljubaca, nežnosti i ljubavnih odnosa. Uzimajući filmske zvezde za uzore lepote (šminka Elizabete Arden, Maks Faktora), reklama izričito potvrđuje njihovu ulogu kao primera. I, još šire, mnogobrojni uzori ponašanja, koji se odnose na pokrete, držanje, hod, lepotu, integrišu se u jedan veliki opšti uzor, uzor stila života koji se zasniva na privlačnosti ljubavi, blagostanju. U ovom smislu, zvezde u svom životu, ispunjenom dokolicom, igrom, spektaklom, ljubavlju, raskoši, i u svojoj stalnoj potrazi za srećom predstavljaju idealne tipove masovne kulture. Heroji i

[8] Vidi bibl str. 237. i 243.

heroine ličnog života, filmske zvezde su aktivno krilo velike kohorte olimpijaca koji oživljavaju sliku o »pravom životu«.

I tako, novi olimpijski sloj sačinjava novo visoko društvo, mitološkije od starih buržoaskih ili aristokratskih visokih društava, ali, paradoksalno tome, bliže običnim ljudima.

Olimpijci su zastupljeni u svim sektorima masovne kulture. Junaci filmskog imaginarnog takođe su junaci vedetiziranih informacija. Prisutni su na dodirnim tačkama između masovne kulture i publike: intervjui, dobrotvorne priredbe, reklamne izložbe, emisije na televiziji ili radiju. Oni dovode u vezu tri sveta: svet imaginarnog, svet informacija, svet saveta, podsticaja i normi. U sebi koncentrišu mitološke i praktične moći masovne kulture. U ovom smislu je nadindividualnost olimpijaca srž moderne individualnosti.

Mada se troši kao estetsko, masovna kultura razvija, s onu stranu estetskog, jednu praksu i jednu mitologiju. To znači da prevazilazi estetsko kako u pravcu realnog tako i ka imaginarnom. Ova dva usmerenja, prividno protivurečna, u stvari su nedeljiva. I baš se kroz olimpijce ona najjače sprovode.

Kao i svaka kultura, masovna kultura rađa svoje heroje, svoje polubogove, iako se zasniva na nečemu što, u stvari, ruši sveto: to su spektakl i estetsko. Ali upravo mitologizacija je oslabila; nema pravih bogova; heroji i polubogovi učestvuju u empirijskom, slabašnom i smrtnom življenju. Pod inhibitornim pritiskom informativne realnosti i realizma imaginarnog, ili pod pritiskom potreba za identifikacijom i normi potrošačkog

društva, nema velikog mitološkog uzleta, kao u religijama ili epopejama, nego se leti nisko. Moderni Olimp se smestio s onu stranu estetskog, ali nije više u religiji.

Kao i svaka kultura, masovna kultura razrađuje uzore, norme, ali za ovu kulturu, strukturisanu prema zakonima tržišta, ne postoje nametnuti propisi, već slike ili reči koje pozivaju na imitaciju, saveti, reklamni podsticaji. Efikasnost predloženih uzora dolazi, u stvari, od toga što oni odgovaraju željama i potrebama koje se stvarno razvijaju.

Koliko su daleko stare legende, epopeje, bajke, koliko su različite religije koje dopuštaju identifikaciju s besmrtnim bogom, ali u onom drugom životu, koliko su oslabljeni ili zaboravljeni mitovi o pripadnosti državi, naciji, otadžbini, porodici... No, koliko je bliska, privlačna, opsenjujuća mitologija sreće.

XI

PIŠTOLJ

»Gotovo sve naše želje su po svojoj suštini zločinačke«.

P. Valeri

»Negativno, to jest sloboda, to jest zločin«.

Hegel

Holivud je već odavno proklamovao svoj recept: *a girl and a gun.* Devojka i pištolj. Erotika, ljubav, sreća, s jedne strane. S druge strane, agresija, ubistvo, pustolovina. Ove dve isprepletane teme. jedne nosioci ženskih vrednosti, druge nosioci muških vrednosti, ipak su različitih vektora. Pustolovne i ubilačke teme ne mogu se ostvariti u životu; one se većinom nude kao predmet za projekciju. Ljubavne teme se ukrštaju s doživljenim iskustvom; one se većinom nude kao predmet za identifikaciju. »Ženske« teme sačinjavaju pozitivni polaritet masovne kulture, a »muške« — negativni.

S jedne strane, napajanje svakodnevnog života, s druge — napajanje života o kojem se sanja.

Dva sunca blizanca naizmenično se okreću. Jedno svojim zracima zagreva fermente koji bujaju u društvu, drugo daje imaginarnu punoću svemu što u društvu

nedostaje. Zanosne filmske pustolovine odgovaraju osrsdnjosti stvarnih života: gledaoci su sive senke bleštavih utvara koje jezde slikama. U novinama i na ekranima vladaju punoća, preobilje, neobuzdano i silno bujanje života koje nadoknađuje hipotenziju, učmalost i siromaštvo stvarnog života.

Život u masovnoj kulturi nije samo intenzivniji. On je drukčiji. Naši obični životi su podređeni zakonu. Naši instinkti su suzbijani. Naše želje su cenzurisane. Naša strahovanja su prikrivena, uspavana. Ali život u filmovima, romanima, kratkim vestima je život u kojem se zakon krši, nadvlađuje ili ignoriše, život u kojem želja odmah prerasta u pobedničku ljubav, u kojem instinkti prelaze u nasilje, udarce, ubistva, u kojem strahovanja postaju trenuci iščekivanja, more. To je život koji poznaje slobodu, ali ne političku slobodu, već antropološku slobodu, kada čovek više ne zavisi od društvene norme: zakona.

Ta u pravom smislu reči imaginarna sloboda je sloboda koju stiču *dvojnici* u starim mitologijama, sloboda koju imaju bogovi i koju osvajaju junaci istorijskih mitologija, izuzetna sloboda koju imaju carevi u narodnim pričama, naivna sloboda detinjastog Tentena i apsolutna sloboda infantilnog Supermena. No ta se sloboda u realističkom svetu masovne kulture gotovo nikad ne ostvaruje izvan granica ljudskog. Okviri u kojima se kreće su verodostojni, ali su supra-, *extra*- ili infra-dRaštveni, to jest nalaze se iznad, izvan ili ispod zakona koji vladaju u društvu. Dakle, život koji nedostaje našim životima odvija se na geografskim horizontima (egzotizam), na istorijskim horizontima (pustolovna prošlost ili čak budućnost koju opisuje naučna fantastika), ili pak na vrhovima i najnižim tačkama stvarnog života.

Kraljevi i šefovi država, koji su iznad zakona, uživaju supra-slobodu. Bogataši, olimpijci se oslobađaju stega svakodnevnog života: oni se avionom prebacuju s mesta na mesto, vole, razvode se s lakoćom. Doduše, i olimpijci takođe nečemu robuju i ne oslobađaju se svakog zakona. Tim samim oni pokazuju svoju ljudsku stranu i zbog toga je moguća identifikacija s njima. Ali vazduh koji udišu je bogatiji, lakoća njihovog kretanja je mnogo veća. Njihove ćudljive želje mogu češće postati stvarnost. Olimpijci su oslobođeni stege rada i žive u slobodi koju pruža dokolica.

Extra-sloboda je očigledno sloboda putovanja u vreme i prostor: istorijske i egzotične pustolovine. Ovaj drugi slobodniji svet je svet vitezova i musketara, kao i svet džungli, savana, prašuma, zemalja bez zakona. Junaci tog drugog sveta su: pustolov, borac za pravdu, osvetnik. Svojstveno je vesternu da se odvija u epskom vremenu početaka jedne civilizacije koje je ujedno istorijsko, realistično i blisko vreme (kraj XIX veka). Tu zakon još ne vlada, tek je u fazi nastajanja; junak vesterna je bio Zoro, borac za pravdu koji ustaje protiv jednog nepravičnog, lažnog zakona i priprema pravi zakon, bilo šerif koji, kao neki suveren, s pištoljem u ruci uvodi zakon koji će osigurati slobodu. Ova dvosmislenost donosi pravu sintezu teme zakona i teme pustolovne slobode. Ona egzistencijalno razrešava veliki sukob između čoveka i zabranjenog, pojedinca i zakona, koji su začeli Eshilov Prometej i Sofoklova Antigona. Ovome se pridružuje tema junaka osnivača — modernog Romula; zahvaljujući njemu ostvaruje se prelaz od haosa ka redu. Mitološko bogatstvo ranog vesterna objašnjava univerzalne razmere njegovog odjeka. Postoje i drugi pustolovni filmovi. Ali vesternska pustolovina je uzorita.

Infra-sloboda ostvaruje se u ravni koja se nalazi ispod zakona, na društvenom »dnu«, među skitnicama, lopovima, gangsterima. Ovaj svet noći je možda jedan od najznačajnijih u masovnoj kulturi. Jer čovek uljudan, koji se pridržava propisa, birokratizovan, čovek koji se pokorava redu, raznim zabranama, onome »kucajte pre nego što uđete«, ili onom »ko te šalje«, projektivno se oslobađa u slici onoga koji se usuđuje da prigrabi novac ili ženu, koji se usuđuje da ubije, da zadovolji svoj nagon za nasiljem.

U isto vreme, *gang* opčinjava na poseban način, jer odgovara osnovnoj afektivnoj strukturi ljudskog duha: zasniva se na pripadnosti grupi, kolektivnoj solidarnosti, ličnoj vernosti, agresivnosti prema onome što ne pripada krugu, na vendeti (osveta prema drugima i kolektivna odgovornost svih pripadnika kruga), na zadovoljavanju pljačkaških i otimačkih instinkata.

Gangsterska banda je kao arhaični klan, ali očišćen od svakog tradicionalnog sistema propisa i zabrana, to je klan u začetku. To je ukleti san o zajedništvu pojedinca koji je i potisnut i atomiziran, društveni ugovor mračne duše ljudi potčinjenih apstraktnim i prinuđujućim pravilima. Zbog toga, uostalom, mladi ljudi po predgrađima, kao i po luksuznim četvrtima, na Istoku kao i na Zapadu, prirodno teže da stvore »bande«, primitivne »klanove-bande«, da bi živeli po svojim prirodnim instinktima i osećanjima.

Otuda se može shvatiti privlačnost gangsterske bande i uloga koju ima podzemlje u masovnoj kulturi. Bilo da je junak gangster, klasični policajac, *private eye,* kojeg uvodi Dešil Hemet (Dashiel Hammett) ili tajni agent FBI Pitera Činija (Peter Cheney), bilo da se bori protiv zakona ili u ime zakona, a posebno ako se u ime zakona

bori ilegalnim sredstvima, kao što čine oni što su se našli van zakona (Hemet, Čini), taj junak će nas odvesti u svet bezakonja — ukleti svet u kome se oslobađaju naši dvojnici. Antonen Arto (Antonin Artaud) je pisao u svom delu *Pozorište i njegov dvojnik:* »Svaka prava sloboda je crna«. I zaista, svaka prava sloboda izbija na ukletu stranu, na senoviti predeo instinkata i zabrana. I tako je, duboko kao i obično, Hegel mogao reći: »sloboda, to jest zločin«. I ovde baš drugi deo holivudske parole a *girl and a gun* dobija puni smisao.

Tema slobode se pokazuje kroz svakodnevno otvorene prozore filmskog ili televizijskog ekrana, novina, kao neko onirično ili mitsko bežanje iz strogo uređenog, zatvorenog, birokratizovanog sveta. I na osnovu ovoga shvata se duboka veza između teme o kralju i teme o skitnici, između teme o odmetniku i teme o Tahićaninu, između prirodnog stanja i gangsterske bande. Ali u isto vreme tema slobode vezana je za veliki sukob između Coveka i Zabranjenog. Kakav god bio ishod ovoga sukoba i čak ako zakon pobedi ili pripitomi čoveka, antropološka pobuna protiv društvenog reda — osnovni sukob između jedinke i društva — je data, i čovek u ovoj borbi stavlja u pokret sve svoje snage. U ovom pogledu masovna kultura nastavlja veliku imaginarnu tradiciju svih kultura. Ali ono što se razlikuje od ostalih kultura to je raznolika, masovna i stalna eksteriorizacija nasilja, koja izbija kroz stripove, televiziju, film, novine (kratke vesti, nesrećni slučajevi, katastrofe), knjige (crna serija, detektivski roman, pustolovine).[1] Samari, udarci, gužve,

[1] Na četiri knjige iz domena fikcije u SAD jedno je takozvano *»murder mystery«.* Svako američko dete od 8—16 godina apsorbuje minimum od 18.000 slika udaraca, rana, davljenja, mučenja, i to samo u stripovima, po G. Legmenu (G. Legman).

bitke, ratovi, eksplozije, požari, vulkanske erupcije, poplave bez prestanka jurišaju na mirne ljude po našim gradovima, kao da prekomernost nasilja koju duh prima nadoknađuje nedovoljnost nasilja u svakodnevnom životu. U punoj sigurnosti se ima iskustvo nesigurnosti, pa onda i slobode, jer »slobodan čovek nikada ne uživa sigurnost«, kako je to rekao Erih From (Erich Fromm). Iskustvo rada se doživljava mirno, iskustvo ubijanja pasivno. Naročito se treba zadržati na ovom poslednjem, jer se nikad dovoljno ne ističe: u nasilju nije reč samo o potrebi da se ima iskustvo ubijanja, nego i o potrebi da se doživi smrt — da se ona upozna; to nam jasno pokazuju dečje ratničke igre: deci se ne sviđa samo da tobože ubijaju, već i da tobože umru, da padnu u grču ropca.. .)[2]. Jaka opčinjenost smrću nejasno se pomalja pod naletom slika nasilja ...

Umnožavanju imaginarnih nasilja pridružuje se i isticanje nasilja koja izbijaju na periferiji svakodnevnog života, u vidu nesrećnih slučajeva, katastrofa, zločina. Štampa masovne kulture ustupa svoje stupce *kratkim vestima,* to jest slučajnim događajima, koji su tu opisani samo zahvaljujući svojoj emocionalnoj vrednosti. Dok ih štampa na Istoku zanemaruje (Partija teži da vlada harmoničnim društvom, u kome nema mesta zločinima i katastrofama), kapitalistička štampa u prvi plan ističe katastrofe, kao što je Frežis, teže sadističke postupke, kidnapovanja, lepe zločine počinjene iz strasti. Kroz kratke vesti, kroz »ove neobičnosti ljudskog ponašanja koje odražavaju pravu čovekovu prirodu« [Darel (Durrel), *Maslinova Gora],* ukratko, kroz svet zločina,

[2] Ista napomena važi za temu o zatvoru ili robiji, koju dobro osvetljava rečenica Remboovog (Rimbaud) *Boravka u paklu:* »Još kao dete divio sam se nepopravljivom robijašu, za kojim se vrata tamnice uvek nanovo zatvaraju«.

kroz doživljeno i izvršeno, čitalac otkriva svoje snove kojih je najmanje svestan. Sadisti i ubice »su personifikacija instinkata koje drugi ljudi prosto potiskuju, inkarnacija njihovih imaginarnih ubistava, nasilja koja oni sanjaju«. (R. Muzil, *Čovek bez svojstava,* II, str. 445.). I tako ispada da su veliki zločinci, bukvalno uzevši, odgovorni za krivice cele zajednice.

Strukture kratkih vesti jednake su strukturama imaginarnog. Ali postoji bitna razlika između kratkih vesti i filma. Film s *happy* enđ-om je potpomognut proviđenjem; on štedi svoje junake: smrt kao patnja, kao nenadoknadivi gubitak je odgurnuta i zamenjuje je nasilnička smrt, ubistvo koje pogađa sporedne i zle ličnosti. Nasuprot tome, kratke vesti su tragične: zla kob pogađa nevine žrtve; smrt slepo grabi dobre kao i zle ljude. U izvesnom smislu, kratke vesti vaskrsavaju tragediju koja se u imaginarnom gubi. Kao tragedija, kratke vesti idu do kraja u pogledu smrti ili osakaćivanja s neumoljivom logikom sudbine. One nam izlažu presude sudbine i opisuju igru sudbine.

Ali kad se bolje pogleda, prisustvo stravičnog, nedopuštenog, prisustvo sudbine i smrti u svakodnevnom životu, a što se sve nalazi u kratkim vestima, ublaženo je samim načinom potrošnje novinskih redova; kratke vesti se ne primaju uz ceremonijalni obred tragedije, već za stolom, u metrou, uz belu kafu. Smrti u kratkim vestima, koje su, nasuprot onima u pozorištu, stvarne, ipak su *dalje* od čitaoca nego što su Šekspirove smrti od gledaoca. Žrtve u kratkim vestima, kao i u tragediji, su projektiune, to jest one se prinose na žrtvenik nesreće i smrti. Ali, jedna je stvar obredna žrtva o praznicima, a druga je stvar svakodnevna porcija koju promašeni u životu prinose smrti. Katarzu je, u ovom slučaju, gotovo progutalo svakodnevno, to jest velika tema žrtvo-

vanja »oni umiru umesto mene« gubi se i svodi na ono »to umiru drugi, a ne ja«.

I tako, paradoksalno, slabija je *identifikacija* s junakom kratkih vesti nego s filmskim junacima, slabija je ljudska komunikacija između običnog čoveka i kratkih vesti dnevnog lista nego između tog običnog čoveka i filma.

Međutim, uprkos tome, moderno doba vrši jedan čudan preokret: kulturu snabdeva tragičnim sadržajima doživljena stvarnost, a ne više imaginarno. Ono »ah, oh«! koje izazivaju saobraćajne nezgode, zločini iz strasti, samoubistva gasom, predstavljaju jecaj prizemne tragedije, jecaj ne samo nad slučajem i okolnostima, nego i jecaj nad sudbinom i udesom. Smrti do kojih dolazi nedeljom su danak plaćen prazniku. Uskrs sa svojim saobraćajnim nesrećama, koje se statistički objavljuju pod krupnim naslovima, moderno je doba Parki.

Okolinu svojih starih sela ljudi su naseljavali fantazmama: ukletim mestima, »anaonima«, lutajućim duhovima; noć je kiptela od priviđenja. Nesrećni slučajevi i zločini iz kratkih vesti su, pak, stvorili čitavu jednu projektivnu mrežu oko velikih industrijskih naselja. Noći su osvetljene, daju sigurnost. Fantomi, svugde prisutni i danju i noću, promenili su svoju prirodu: to su sad bezbrojni dvojnici koji se javljaju na malom ili velikom ekranu.

»Ljudi građanskog doba« (izraz potiče od Muzila) žive životom čija je *širina svedena na centralnu nit,* da se poslužimo izvanrednom formulacijom Hansa Frajera (Hans Freyer) *(Théorie des gegenwârtigen Zeitalters,* Stuttgart, 1955, str. 60). Sve ostalo je, i iznad i ispod toga,

spektakl i san, neprekidno stanje posmatranja: visoka politika, stvaralačka aktivnost, nasilje, sloboda, zločin, prekomernost. I agresivna žestina sporednih niti izgleda da se povećava dok se, u centralnoj niti, povećavaju društvena sigurnost, snaži se Obećana država, mirni komfor, blagostanje. Agresivne potrebe koje se ne ostvaruju u centralnoj niti podržavaju kako kratke vesti po novinama tako i filmske pustolovine i grubi sportovi (boks, džudo) ili sportska takmičenja. Da li su te potrebe time još više podstaknute ili su, naprotiv, umirene, pročišćene? U kojoj meri tu ima psihičkog pražnjenja, katarze? Ili, naprotiv, stalnog agresivnog punjenja? Ne gomila li se tu prikriveni bes, koji će izbiti u prvoj pravoj društvenoj krizi? Ili se on, pak, kroz voajerizam razblažuje i agresivni impulsi prenose na utvare?

Ja lično verujem da su obe protivrečne serije hipoteza podjednako osnovane. Prizor nasilja ujedno i podstiče i smiruje: delimično podstiče mlade u kojima projekcija i identifikacija nisu raspoređene racionalizovano kao kod starijih, da traže praktične oduške tom nasilju, naročito u modernim »malim družinama« (crne jakne, huligani itd.), ali u isto vreme delimično smiruje agresivne potrebe mladalačkog doba. S druge strane, u našem društvu postoji sve širi sektor u kome se prazne fizičke agresivnosti: to je sport. I čak možemo smatrati da je sport danas jedina stvarna oduška borbenog instinkta. Šire posmatrano, jedino bi civilizacija *igara* bila u stanju da bezbolno apsorbuje ogromnu potrebu za agresivnim potvrđivanjem, koje se potiskuje.

Ostaje važniji problem: nasilje u ljudskom biću vuče koren iz vremena koje prethodi našoj civilizaciji, svakoj civilizaciji; ono se ne može odstraniti nijednim od sredstava kojima raspolaže civilizacija. Civilizacija je tanušna opna koja može da očvrsne i da obuzda glavni

plamen, ali ne i da ga ugasi. Da li civilizacija mirnog komfora, života bez opasnosti, sreće koja želi da zanemari smrt obrazuje sve čvršću i čvršću koru iznad mahnitih energija vrste? I ovde je, opet, odgovor dvostruk. Ako površina zaista očvrsne i zatvori se nad glavnim plamenom, onda se unutrašnji pritisak udesetorostručava. Neka se kora prekine i čudovišnosti će, kidajući svoje okove, navaliti, ali ne samo na ekrane i u novine već i u svakoga od nas. Sva iskustva nam govore da niko nije do kraja civilizovan: mirni građanin može, pod datim uslovima, postati esesovac ili mučitelj; rat između civilizovanih naroda je u najmanju ruku isto toliko ispunjen mržnjom, svirep, nemilosrdan kao **i** ratovi u primitivnim društvima. Masovna kultura nas drogira, opija bukom i pomamom. Ali ona nas nije izlečila od naših osnovnih pomama ... Ona ih zabavlja, projicira ih u filmove i kratke vesti.

XII

SVAKODNEVNI EROS

»Većina *kozmetičkih sredstava su na bazi lanolina...* ali *reklamni agenti ne govore o pravim osobinama te emulzije. Daju joj neko živopisno ' ili pohotno ime, govore preteranim ili lažnim izrazima o ženskoj lepoti i pokazuju divne plavuše koje hrane svoju kožu određenim kremom. Fabrikanti kozmetičkih sredstava, kako je rekao jedan od njih, ne prodaju lanolin, oni prodaju nadu«.*

Aldos Haksli

U SSSR, u Kini, erotika se još uvek ne može zamisliti, to jest potisnuta je sa slika, u tajni okvir ličnog života. U okviru kapitalističkog sveta religija obuzdava izvanredni elan erotike (reklamna pin-ap devojka, neobučena u masovnoj štampi, ipak se malo odene pre nego što će se pojaviti u listu *Kroa* ili *Figaro).* Erotika dobij **a** puni zamah upravo u vodama masovne kulture: **ne** samo da su filmovi, stripovi, ilustrovani časopisi, **spektakli sve začinjeniji erotskim** slikama već **nas** pođi-

gnute noge, naduvane grudi, blistave kose, poluotvorene usne svakodnevno ubeđuju da treba da trošimo izvesne cigarete, paste za zube, sapune, gazirane napitke, ceo niz proizvoda čija namena, pravo govoreći, i nije erotska. Sa izuzetkom prehrambenih proizvoda i raznih alatki, kao i proizvoda koji zadovoljavaju potrebe svemoćnog stomaka (premda nas i tu neka privlačna Klereta poziva da probamo rumeno vino »postijon«, i neka umiljata mlekarica gleda sa etikete na siru kamemberu), sva moderna roba pokazuje težnju da se zaogrne seksepilom.

Objašnjenje leži u tome što je izvršen neobičan spoj između ženske erotike i zahteva modernog kapitalizma, da se stimuliše potrošnja. Novac, večito nezajažljiv, obraća se Erosu, nikad dovoljno sitom, da podstakne želju, zadovoljstvo i uživanje, a koje proizvodi izneti na tržište prizivaju i isporučuju. U svojoj »vertikalnoj« ekspanziji, kapitalizam, pošto je sebi priključio carstvo snova, trudi se da pripitomi i Eros. Prodire u dubine onirizma i libida. Sa svoje strane, Eros pobednički ulazi u privredni krug i, potpomognut industrijskom moći, preplavljuje civilizaciju Zapada.

Roba sa erotskim dodatkom samim tim dobij a i mitski dodatak: to je imaginarna erotika, to jest erotika slika i mašte, koja prožima ili ukrašava ove fabričke proizvode; ova imaginarna erotika se, uostalom, prilagođava doživljenoj erotici, u kojoj ne vrve samo čisto telesni podsticaji, nego i libidinozne fantazme.

Koristeći se željom i snovima kao sastavnim delovima i sredstvima u igri ponude i potražnje, daleko od toga da ljudski život svede na »materijalizam«, kapitalizam ga je, naprotiv, natopio onirizmom i difuznom erotikom.

Erotika robe je pre svega reklamna, i otud se ona neposredno vezuje za masovnu kulturu, kojoj pripadaju najvažnija savremena reklamna sredstva (novine, radio, televizija). Stvarno, erotična žestina se mnogo više ogleda u reklamama nego u samoj robi, odnosno mnogo više u podsticanju na potrošnju nego u potrošnji (pin-ap devojka koja za »Sveps« pokazuje svoje noge očigledno se ne nalazi u tom gaziranom napitku).

Uloga unošenja erotskog elementa u reklamu neerotične robe (reklame koje na frižider, mašinu za pranje rublja ili soda-vodu prilepljuju sliku privlačne žene) nije samo (ili nije toliko) da direktno podstakne potrošnju kod muškaraca, već da ulepša u očima žene robu koju će nabaviti; to kod žene-kupca stavlja u pokret magiju zavodničke identifikacije; roba se vesto koristi poželjnom ženom, da bi je poželele žene, a računa se na njihovu želju da ih muškarci požele. U isto vreme pin-ap devojka postaje estetski simbol kvaliteta, označava da u svom domenu proizvod ima privlačne vrline jedne lepotice. Ovo pridavanje pin-ap osobina (»pinapizacija«) se priključuje novoj estetici ponude robe, aerodinamičkim linijama, ambalažama u celofanu, živim bojama.

S druge strane, reklama na kvazi-psihoanalitički način razotkriva erotske skrivene želje koje potrošnja nekog proizvoda može probuditi, a proizvode koji već sadrže erotski naboj puni još jačom energijom. Tako se prodor erotičnog do krajnosti snažno ispoljava na proizvodima za kožu i proizvodima za sekundarne seksualne delove tela, kao što su kosa, grudi, bedra, a takođe i na proizvodima za dušu: novinama, ilustrovanim časopisima, filmovima. Istina, oduvek je bilo sredstava za zavođenje. Ali nova reklamna struja je proizvode za

higijenu pretvorila u proizvode za lepotu i zavođenje. Masovna reklama je otkrila dotada prikrivenu (pa čak i potiskivanu) erotičnost sapuna, tipskog proizvoda za higijenu, i natopila ga je erotizmom, tako da je na kraju sapun postao sredstvo za zavođenje (»od deset filmskih zvezda devet upotrebljavaju sapun »Luks«). Reklama je brzo savladala put koji vodi od čistoće do lepote i od lepote do seksepila. Šamponi, kremovi i zubne paste su doživeli da njihova prvobitna namena preraste u erotičnu. Kolgejt i Džips se ne bore protiv kvara zuba; oni obezbeđuju bele zube, sveži dah, čaroban osmeh — hiljadu poljubaca. Proizvodi za dijetu su takođe postali zavodnička sredstva, dodajući vrednosti zdravlja vrednost lepote, jer odsada pored zdrave jetre donose i vitkost gojaznima.

Bodleri reklamnog onirizma otkrivaju korisna saglasja »pinapizma« i prenose u vode erotike proizvode namenjene oralnom, gustativnom ili olfaktivnom uživanju, kroz prštanje ili sisanje (osvežavajući napici, bombone, karamele, cigarete).

Erotika se i specijalizovala i veoma proširila. Specijalizovala se na proizvodima čija je namena potpuno erotska, a njihovo reklamiranje guta čitave stranice časopisa (šminka, ukrasi, prslučići, uputstva o tome kako da se zadrži čvrstina grudi itd.). A proširila se kroz ćelu potrošnju imaginarnog: praktično nema filma bez razgolićenih žena, nema stripa bez junakinje s uzbudljivim dekolteom, nema *Frans-soara* bez fotografije neke filmske zvezde, nema ilustrovanog časopisa bez pin-ap devojke. I samo nebo je uzelo u ovome učešća kad je jednom, za vreme festivala u Veneciji, avion ispisivao grudate inicijale Brižit Bardo.

Od 1900. jedna džinovska Psiha, zbir hiljada imaginarnih inkarnacija, polako se svlači: noge su se, zaluđujući, postepeno pojavljivale, kose su se raščešljavale i sakupljale, bedra su se pokrenula. Od 1950. striptiz se vrti oko grudi: bluze jedva zadržavaju strašnu navalu grudi. Kratki fleš nam ponekad otkriva obećanu i zabranjenu nagotu. To je vladavina novog idola, idola masovne kulture; nije to gola boginja antičkih religija, nije to hrišćanska madona pokrivenog tela, već žena polugola, besramno stidna, večita namiguša.

Rečeno je, a to je ponovio i Lo Duka, da je ova erotska tehnika pretvorila ženu u predmet. Zena-predmet, predmet za zabavu, zadovoljstvo, uživanje, u neku ruku bi bila žrtva naslađivačkog cinizma muškarca.

Ali, u stvari, vladavina žene-predmeta je samo naličje vladavine žene-subjekta. Za razliku od pornografskih časopisa i striptiza u pravom smislu reči, erotske slike nisu upućene samo muškarcima već ženama i muškarcima podjednako, a često još i više ženama. Ove slike koje privlače želju muškarca uče ženu zavodničkom ponašanju. To su uzori iz kojih će ona crpsti svoju moć. I slike s najviše erotike su baš one koje reklamiraju proizvode za lepotu i koje su direktno upućene ženama-potrošačima, da bi ih naučile osvajanjima i pobedama. Da bi potčinjavala sebi, žena se potčinjava zavodničkom idealu i obrascima standardizovane erotike.

Bilo bi uostalom nezamislivo da je žena zapala u erotsko ropstvo u trenutku kad se na svim drugim poljima emancipovala.

Erotika masovne kulture je sama po sebi ambivalentna. Ona pretpostavlja izvesnu ravnotežu i raspuštenost koja ih nagriza. Svoju ulogu raspirivača vatre duguje tome što se stalno vrti oko osnovnog tabua, a ne može da ga potisne. U stalnom je uzbuđenju, jer potpuna nagota i koitus i dalje su prognani sa slika i podležu raznim zabranama u svakodnevnom životu. Između pri-

tiska (religijskog, društvenog, političkog) tabua i pritiska libidinoznosti erotika nalazi svoju optimalnu tačku, **a** u tom okviru kreću se različiti tipovi erotizma. Erotika masovne kulture nosi pečat svog američkog porekla: kao antipuritanska reakcija, ipak puritanski doživljava seks kao nešto prokleto, a sveti se, opet, opštom erotizacijom ostalih delova tela. Veliku tajnu seksualnosti, ovu provaliju duboku kao zločin i smrt, masovna kultura prikriva, i ovde, opet, istiskuje ono što se smatra ukletim.

U jednom pravcu, erotika upućuje na seksualnost, svojim stalnim aluzijama, a veliki broj erotskih slika je simbolična zamena za koitus.

U drugom pravcu, proširujući seksualnu privlačnost na ćelo telo, erotika uskraćuje seksualnosti moć koncentracije. Erotizacija lica, što je fenomen civilizacije, odgovara slabljenju genitalne seksualnosti. Poljupci, milovanje celog tela održavaju predseksualnu dečju erotičnost. Svako jačanje erotike dovodi do slabljenja seksualne diferencijacije; porast homoseksualizma je vid toga slabljenja.

Šireći i raspirujući erotiku u svim sektorima svakodnevnog života, masovna kultura razvodnjava ono što je dotle bilo zgusnuto. Da li stalni erotični upaljeni žižak teži da smanji ili pojača seksualnu napetost? Izgleda da nad-erotizacija ide uporedo sa porastom polufrigidnosti i poluimpoteneije.

Libertinska erotika **XVIII** veka isključivala je dušu i ljubav. Erotika masovne kulture se trudi da izmiri dušu i Eros. Erotika i imaginarno su u filmu sredstvo i cilj jedno drugome. Psihina industrija i Erosova industrija su ista industrija. Značajno je da film **Zapada** nastoji da sjedini sadržaje čiste, platonske i kurtoazne ljubavi sa žestinom fizičke želje koja se zadovoljava kod prostitutke. Veoma mu je stalo da napravi jedno jedino lice, žene-sestre i žene-bludnice. Film je visoka peć u kojoj se čvrsto stapaju duša i erotika. On stvara novi lik Erosa i Psihe, sjedinjenih u poljupcu. I to je u prirodi stvari: svet masovne kulture nije svet lišen duše, to je svet natopljen dušom; svet masovne kulture nije svet izložen sirovoj seksualnosti, prožet je epidermatskom erotikom.

Imajući u vidu izvore dobiti, kapitalizam je istovremeno i uzajamno podstakao dušu, Eros i ljubav. Erotika održava vezu između olimpijaca, filmskih zvezda, filma, štampe, reklame, želje da se zavede, želje da se voli. Ona podstiče na sve vrste potrošnje i, naravno, na ljubavnu potrošnju. To je zajednički imenitelj, s jedne strane, sveta ljubavi, sveta veličanja ženskih vrednosti i, s druge — sveta potrošnje.

XIII

SREĆA

Ideja o sreći dostiže svoj zenit u individualističkim civilizacijama. Njoj ide u prilog slabljenje tradicionalnih i velikih transcendentnih vrednosti. Čim se stiša borba za goli život, čim oskudica ili briga za osnovne potrebe popuste, sreća se uključuje u samu ideju života.

Ali značenja sreće se menjaju zavisno od civilizacija. Masovna kultura gradi poseban i veoma složen lik sreće, istovremeno projektivan i identifikativan. Tu je sreća mit, to znači imaginarna projekcija arhetipova srećnog života, ali ujedno je i »ideja-pokretačka snaga«,* traganje koje su preduzimali milioni sledbenika. Ova dva vida su delom potpuno razdvojena, a delom potpuno združena.

Razdvojeni su u liku pustolovnog junaka: on ne nalazi sreću samo u završnom uspehu *(happy end),* nalazi je u samom pustolovnom životu, slobodnom, izloženom opasnostima i odvažnom. Postoji sreća u *akciji,* u snažno doživljenom životu.

Ova sreća u akciji je projektivna u odnosu na bezlični i sumorni život ljudi lišenih svake mogućnosti stvaralačke ili odgovorne akcije; ova sreća je oprečna i jed-

* »Idee-force« — izraz Alfreda Fujea (Alfred Fouillee). — Prim. prev.

XIII

SREĆA

Ideja o sreći dostiže svoj zenit u individualističkim civilizacijama. Njoj ide u prilog slabljenje tradicionalnih i velikih transcendentnih vrednosti. Čim se stiša borba za goli život, čim oskudica ili briga za osnovne potrebe popuste, sreća se uključuje u samu ideju života.

Ali značenja sreće se menjaju zavisno od civilizacija. Masovna kultura gradi poseban i veoma složen lik sreće, istovremeno projektivan i identifikativan. Tu je sreća mit, to znači imaginarna projekcija arhetipova srećnog života, ali ujedno je i »ideja-pokretačka snaga«,* traganje koje su preduzimali milioni sledbenika. Ova dva vida su delom potpuno razdvojena, a delom potpuno združena.

Razdvojeni su u liku pustolovnog junaka: on ne nalazi sreću samo u završnom uspehu *(happy end),* nalazi je u samom pustolovnom životu, slobodnom, izloženom opasnostima i odvažnom. Postoji sreća u akciji, u snažno doživljenom životu.

Ova sreća u akciji je projektivna u odnosu na bezlični i sumorni život ljudi lišenih svake mogućnosti stvaralačke ili odgovorne akcije; ova sreća je oprečna i jed-

* »Idée-force« — izraz Alfreda Fujea (Alfred Fouillée). — Prim. prev.

nom drugom shvatanju sreće koje se razvija u okviru civilijacije i kome pomaže masovna kultura u svom praktičnom i informativnom sektoru. Imaginarni ideal života punog rizika suprotstavlja se praktičnom idealu potpuno bezbednog života. Ideal asketskog borca za pravdu suprotstavlja se idealu oca porodice koji je sit, ideal borbe suprotstavlja se idealu blaženstva blagostanja, ideal života u prirodi suprotstavlja se idealu tehniziranog komfora.

Tako se može konstatovati antagonistički dvostruki polaritet — projektivni i identifikatorski — u samom shvatanju sreće. Ali niz kompromisa se nalazi između ove dve sreće; ovi kompromisi se javljaju kako u imaginarnom realizmu (gde ima junaka — nepustolova) tako i u životu olimpijaca, koji je manje pustolovan nego život junaka fantastike, a slobodniji nego život većine smrtnika. Štaviše, ima zajedničkih crta i u samom okviru ovog antagonizma.

Prva od zajedničkih crta je u tome što je, u projektivnoj mitologiji kao i u identifikativnoj praksi, uvek reč o *pojedincu kao privatnom licu*. Čak je u slučaju šerifa, borca za pravdu, istorijskih ličnosti, naglasak stavljen na njihov lični život i osećanja, na potvrđivanje ličnosti kroz delà. Tradicionalni sukobi ličnog i opšteg interesa, ljubavi i dužnosti i dalje ostaju, ali su manje zastupljeni u odnosu na staro imaginarno, i u većini slučajeva im je ishod srećan, i njima lična sreća nije žrtvovana.

Na osnovnu tematiku o *ličnoj* sreći nadovezuje se podjednako važna tematika o sreći u ljubavi. To će biti predmet sledećeg poglavlja. Drukčije rečeno, sreća nije ni društvena ni usamljenička, ona podrazumeva jedan par. Ova crta je zajednička i projektivnom i identifikativnom sektoru.

Isto tako, tema sreće je vezana za temu sadažnjosti. *Happy end* je projektivno ovekovečavpnje *trenutka* blaženstva, kojim se veličaju jedan zagrljaj, svadba, pobeda, oslobađanje. Tim srećnim završetkom ne počinje večito trajanje onoga »bili su srećni i imali su mnogo dece«, njime se, naprotiv, i prošlost i budućnost stapaju u sadašnjost trenutka intenzivne sreće. Ova projektivna tema idealno odgovara hedonizmu sadašnjosti, koji razvija savremena civilizacija. To je hedonizam blagostanja, komfora, potrošnje: on se razvija na štetu shvatanja ljudskog postojanja po kome čovek svoju sadašnjost posvećuje čuvanju vrednosti prošlosti i ulaganju u budućnost. »Sredinom XX veka težnja za akumulacijom je ustupila mesto težnji za primanjem, čija je svrha da se primi i apsorbuje«, kaže From u delu *Zdravo društvo*. Novac je izgubio deo svojih akumulativnih svojstava, više se ne štedi radi sigurnosti (što je sad na sebe primila zajednica — država, preduzeća, osiguravajuća društva) niti da bi se ostavilo u nasleđe. Ta težnja je jasna u novom sloju zaposlenih, gde je štednja krajnje retka i, naravno, po velikim gradovima, gde se zarada mnogo lakše potroši nego na selu. Ona poznata rečenica: »Nedostaje mi novca da bih bio srećan« odnosi se na sadašnju sreću, blagostanje, zadovoljstva, dokolicu ... Reč je o novcu za hedonističko *trošenje*.

Sismondi je primetio da je privreda koja je počela da se razvija u prošlom veku težila da »proizvede najtraženiju robu ali ne i najpotrebniju«. Neka je i sama ta potražnja bila određena opštom strukturom civilizacije, onoliko koliko je određivala ovu strukturu, to ne menja problem koji nas zaokuplja: potrošačka potražnja, čiji se razvoj povećava sa serijskom proizvodnjom dobara za ličnu upotrebu, jeste potražnja za ličnim uživa-

njem: hedonizam blagostanja, udobnosti, s jedne strane, a s druge — uživanja »standing«-a (spoljni sjaj) i ugleda.

Tako se upotpunjuju dve teme sreće, jedna koja daje prvenstvo idealnom trenutku u imaginarnoj projekciji, druga koja podstiče hedonizam svih trenutaka života koji živimo. Ove dve teme se mogu suprotstaviti jedna drugoj. Film i šansone mogu da veličaju ljubav i svezu vodu, kolibicu i srce, i da nam kažu da je ljubav sve, a da sve ostalo nije ništa. Reklama, naprotiv, može da nam dokaže da nema moguće sreće izvan udobnosti i standinga. Moderna sreća je naizmence podeljena između prednosti koja se daje osećajnim vrednostima i prednosti koja se daje materijalnim vrednostima, između prednosti biti i prednosti imati, a u isto vreme se trudi da to prevaziđe, da izmiri biti i imati. Shvatanje sreće, po masovnoj kulturi, ne može se svesti na hedonizam blagostanja. Masovna kultura, naprotiv, daje hranu izgladneloj duši, ali može se nazvati i potrošačkom u najširem smislu reci, to znači da ona podstiče ne samo da se troše proizvodi već i da se troši sam život.

Ni najviši zahtevi ljubavi — opštenje duša — nisu ovde lišeni telesnog oblika: poziva se na potrošnju ljubavi. U svim slučajevima moderna sreća podrazumeva prianjanje uz pojavnu stvarnost, uz empirijski svet doživljenog života. U imaginarnim projekcijama sreća nije vanzemaljski san, traženje kontemplativnih blaženstava. Akcija, podvig, ljubav su isto toliko ovozemaljski, empirijski, koliko i blagostanje i komfor.

Empirijska sreća odbacuje ili potiskuje mitologiju onozemaljskog, *ali nužno stvara svoju sopstvenu mitologiju,* čija je dužnost da prikriva mračnije oblasti, gde sreću neumoljivo dovode u pitanje osećanje krivice, strepnje, seksualnost, neuspeh, smrt.

To je euforizirajuća mitologija, i ona, uostalom, ide zajedno sa sve masovnijom upotrebom euforizirajućih sredstava (alkohola, pilula za smirivanje). Osećanja strepnje i krivice su, bez sumnje, postala sve raširenija u civilizaciji u kojoj atomizirana jedinka nema više nikakvog transcendentnog opravdanja i koja se više ne vlada po normama predaka. A možda je euforizirajuća mitologija na izvestan način lek za osećanje strepnje koje vlada u modernom vremenu. Ali ona takođe igra ulogu moralnog »regulatora«, da bi se opravdala želja i lično zadovoljstvo. Ono »imam pravo da budem srećan«, što kaže čovek koji napušta svoju ženu zbog neke druge, lišava ga ujedno i odgovornosti za zlo koje je naneo. Stručnjaci za ispitivanje motiva kojima se treba koristiti u reklami, s Ernestom Dihterom na čelu, znaju da treba izbegavati da osećanje krivice pokvari želju ili zadovoljstvo: »Sada se pred nas postavlja problem da ubedimo prosečnog Amerikanca da se njegove želje sasvim uklapaju u moral«.

U ovom smislu, ovaj euforizirajući pritisak je možda i antimitologija koliko i mitologija, ogroman i sveobuhvatan napor za razblaživanjem mitologije greha, koju svako neuobličeno nosi u sebi i koja se teško prazni u ovom svetu savremenog individualizma, a što bez sumnje dolazi zbog slabljenja magijsko-religijskih obreda očišćenja (pokajanje, ispovest, zavet). Ali, opet, postoji i euforizirajuća mitologija u odbacivanju neuspeha, starenja, propadanja, smrti. Masovna kultura se trudi da na projektivnu periferiju progna tamne kutke smrtnog života. Ona potiskuje seksualne i strastvene mahnitosti, promašaje, tragedije na onu periferiju koja se naziva kratkim vestima, i gde svako oseća da nije lično pogođen, a da je opet na neki mutan način izbavljen. Smrt i imaginarno žrtvovanje ona dodeljuje sporednim licima,

njem: hedonizam blagostanja, udobnosti, s jedne strane, a s druge — uživanja »standing«-a (spoljni sjaj) i ugleda.

Tako se upotpunjuju dve teme sreće, jedna koja daje prvenstvo idealnom trenutku u imaginarnoj projekciji, druga koja podstiče hedonizam svih trenutaka života koji živimo. Ove dve teme se mogu suprotstaviti jedna drugoj. Film i šansone mogu da veličaju ljubav i svezu vodu, kolibicu i srce, i da nam kažu da je ljubav sve, a da sve ostalo nije ništa. Reklama, naprotiv, može da nam dokaže da nema moguće sreće izvan udobnosti i standinga. Moderna sreća je naizmence podeljena između prednosti koja se daje osećajnim vrednostima i prednosti koja se daje materijalnim vrednostima, između prednosti biti i prednosti imati, a u isto vreme se trudi da to prevaziđe, da izmiri biti i imati. Shvatanje sreće, po masovnoj kulturi, ne može se svesti na hedonizam blagostanja. Masovna kultura, naprotiv, daje hranu izgladneloj duši, ali može se nazvati i potrošačkom u najširem smislu reči, to znači da ona podstiče ne samo da se troše proizvodi već i da se troši sam život.

Ni najviši zahtevi ljubavi — opštenje duša — nisu ovde lišeni telesnog oblika: poziva se na potrošnju ljubavi. U svim slučajevima moderna sreća podrazumeva prianjanje uz pojavnu stvarnost, uz empirijski svet doživljenog života. U imaginarnim projekcijama sreća nije vanzemaljski san, traženje kontemplativnih blaženstava. Akcija, podvig, ljubav su isto toliko ovozemaljski, empirijski, koliko i blagostanje i komfor.

Empirijska sreća odbacuje ili potiskuje mitologiju onozemaljskog, ali *nužno stvara svoju sopstvenu mitologiju,* čija je dužnost da prikriva mračnije oblasti, gde sreću neumoljivo dovode u pitanje osećanje krivice, strepnje, seksualnost, neuspeh, smrt.

To je euforizirajuća mitologija, i ona, uostalom, ide zajedno sa sve masovnijom upotrebom euforizirajućih sredstava (alkohola, pilula za smirivanje). Osećanja strepnje i krivice su, bez sumnje, postala sve raširenija u civilizaciji u kojoj atomizirana jedinka nema više nikakvog transcendentnog opravdanja i koja se više ne vlada po normama predaka. A možda je euforizirajuća mitologija na izvestan način lek za osećanje strepnje koje vlada u modernom vremenu. Ali ona takođe igra ulogu moralnog »regulatora«, da bi se opravdala želja i lično zadovoljstvo. Ono »imam pravo da budem srećan«, što kaže čovek koji napušta svoju ženu zbog neke druge, lišava ga ujedno i odgovornosti za zlo koje je naneo. Stručnjaci za ispitivanje motiva kojima se treba koristiti u reklami, s Ernestom Dihterom na čelu, znaju da treba izbegavati da osećanje krivice pokvari želju ili zadovoljstvo: »Sada se pred nas postavlja problem da ubedimo prosečnog Amerikanca da se njegove želje sasvim uklapaju u moral«.

U ovom smislu, ovaj euforizirajući pritisak je možda i antimitologija koliko i mitologija, ogroman i sveobuhvatan napor za razblaživanjem mitologije greha, koju svako neuobličeno nosi u sebi i koja se teško prazni u ovom svetu savremenog individualizma, a što bez sumnje dolazi zbog slabljenja magijsko-religijskih obreda očišćenja (pokajanje, ispovest, zavet). Ali, opet, postoji i euforizirajuća mitologija u odbacivanju neuspeha, starenja, propadanja, smrti. Masovna kultura se trudi da na projektivnu periferiju progna tamne kutke smrtnog života. Ona potiskuje seksualne i strastvene mahnitosti, promašaje, tragedije na onu periferiju koja se naziva kratkim vestima, i gde svako oseća da nije lično pogođen, a da je opet na neki mutan način izbavljen. Smrt i imaginarno žrtvovanje ona dodeljuje sporednim licima,

razbojnicima, neprijateljima, nikad svojim junacima, i mitologizira identifikatorsko središte, u kome vlada *happu end.* Isto tako, produhovljeni poljupci i epidermatska erotika u filmovima ili reklamnim oglasima prikrivaju zastrašujuće zahteve seksualnosti. Masovna kultura izbegava neuspeh, to naličje života, pokazivanjem mitološke sreće. Izbegava osećanje besmisla, radikalnu kritiku, žestoku negaciju.

Euforizirajuća mitologija je osporavana samo u umetnosti i kritici koje se nalaze na periferiji masovne kulture: drame Tenesi Vilijamsa (Tennessee Williams) ili Artura Milera (Arthur Miller), filmovi kao što su *Smrt trgovačkog putnika* ili *Divljak* Lasla Benedeka (Laszlo Benedek), Dmitrikov (Dmitrick) *Daj nam danas, Veresije ima* Martina Rita (Martin Ritt), Bergman, Antonioni ili Felini u središte svoga posmatranja stavljaju ono turobnije područje: neuspeh i tragediju. (Moguće je, uostalom, kao što ćemo dalje videti, da će teme o teškoćama koje stoje pred srećom, teme danas marginalne, postati glavne teme).

Istina, svaka kultura teži da disciplinu je ili da prikrije čudovišnosti nasilja i seksualnosti. Isto tako, svaka kultura teži da progna smrt, bilo time što pojedinca integriše u jedan poredak koji ga prevazilazi, bilo obećavajući mu život posle smrti. Masovna kultura, koja najvišu vrednost pripisuje pojedincu kao privatnom licu, koja ne uzima u obzir onozemaljsko, može samo da potiskuje, prikrije, euforizira tragičnu ili pomamnu podlogu življenja, naravno, i smrt.

Tako, smrt, uvek besmislena, po mišljenju jedinke, u sadašnje vreme stiče još jednu besmislenost: »Za civilizovanog čoveka smrt ne može imati nikakvog smisla, jer njegov život počiva na napretku i beskrajnosti, i jer, po svom imanentnom značenju, takav život ne bi trebalo da ima kraja« [Maks Veber (Max Weber), *Vokacija naučnika].* I baš zato što smrt nema nikakvog smisla, ogorčeno je potiskuje mitologija sreće. Koliko je ta mitologija moćna i krhka... kao svaka vera... Sreća je zaista religija moderne ličnosti, iluzorna kao i sve religije. Ta religija nema sveštenika, ona funkcioniše na industrijski način. To je religija zemlje u eri tehnike, otuda njena prividna profanost, ali svi mitovi koji su s neba sišli na zemlju su neobično otporni... Oni sačinjavaju ono što se s pravom može nazvati iđeologrijom masovne kulture, to jest ideologijom sreće.

Svakako da u istoriji čovečanstva nije nikada postojalo tako masovno, tako snažno, a u isto vreme tako naivno i slepo, pozivanje na sreću... Sreća, lajtmotiv jedne civilizacije, takođe je lajtmotiv masovne kulture. Ovaj veliki važan arhetip sinkretički u sebe uključuje teme koje smo razmatrali, teme koje su katkad protivrečne, a katkad se međusobno dopunjuju. Olimpijci, sa svom jačinom svog osećajnog života, svojom slobodom kretanja, svojim strastima i svojom dokolicom su u neku ruku pravi projektivni i identifikativni uzori savremene sreće. Ali ni oni ne iscrpljuju oblike stremljenja sreći; ima viših oblika, koji nalaze izraz u imaginarnim filmskim ličnostima, suverenima aktivne slobode, i nižih oblika, koji se izražavaju u traganju za potpunom bezbednošću, u sigurnosti *welfare state,* u traženju blagostanja

koje nije ni moć ni bogatstvo, već udobnost i mir. Međutim, velika zajednička objedinjavajuca tema jeste ona o ličnom životu, empirijskoj sadašnjici i pojavnoj stvarnosti. I ne samo »materijalistička«: ljubav — u kojoj se opšti sa jednim drugim ja, stranim mome ja, čiji afektivni intenzitet zasniva sreću — besumnje je najnametljivija tema masovne kulture.

XIV

LJUBAV

Ljubav je postala opsesivna tema masovne kulture; ona se daje u situacijama u kojima se normalno ne očekuje. Pustolov, kauboj, šerif redovno susreću u neprohodnoj šumi, savani, pustinji, po velikim ravnicama Zapada, ljubav neke lepe i doterane junakinje. Štampa, sa svoje strane, usmerava *human interest* na temu ljubavi. Katastrofa u Frežisu nas opet vraća na ljubav preko mlade verenice koja je trebalo da se venča kobnog dana; smrt Fausta Kopija nas upućuje na njegovu ljubav prema Beloj Gospi; putovanje Nikite Hruščova u Francusku nas podseća na njegovu ljubav prema Nini. Ljubav je ono na čemu se zasniva čak i nova kraljevska mitologija; Margaretina ljubav prema Taunsendu, zatim Toniju; Elizabetina ljubav prema Filipu, Sorajina i Farah Dibina ljubav, Paolina ljubav. Ljubav održava olimpijsku mitologiju oko Brižite Bardo, Žaka Šarijea. Anete Vadim, Šaše Distela, Iv Montana, Merilin Monro, Liže Tejlor. Uzbudljivi zločini iz strasti preplavljuju prve stranice novina, i tu ljubav oslobađa krivice napuštenu ženu, kao što će pomilovati ljubomornog starca kada se sveti. Ova opevana, fotografisana, filmovana, intervjuisana, nameštena, razgolićena, prežvakana ljubav ipak je svima prirodna, jasna. Jer ona je glavna tema savremene **sreće.**

Istina, ljubav jeste bila opsesivna tema i ranije — na takozvanim »cours *d' amour*,* u kurtoaznom romanu, u himeričnom romanu XVII veka, u građanskom pozorištu s početka XX veka, ali svojstveno je masovnoj kulturi da u sve svoje sektore unese pravu opsesiju ljubavi.

Ta univerzalizacija čini od ljubavi veliki dominantni arhetip masovne kulture. »Bez ljubavi čovek je niko i ništa«, kaže Tužbalica o *jadnom Žanu. Ljubavi, tebi dugujem najlepše dane svoga* života. *Sve* ostalo je nevažno kada *se volimo.* Dalida, Pijaf, Brasens, Enka, Sinatra, Din Martin su sveti Jovani Zlatousti jedine stvarno dobre vesti modernih vremena koju ilustruju Liz Tejlor, Ava Gardner, Brižita Bardo, Merilin Monro.

Svojstveno masovnoj kulturi je to što jasno izdvaja temu ljubavi koja je sama sebi opravdanje i koja pobeduje. Ideja o samoopravdanosti ljubavi ima korena u dalekoj prošlosti: rasprave o ljubavi na *cours d' amour,* postavljajući temelj pravoj ljubavi van bračnog okvira, zasnivale su tu ljubav na njoj samoj, i njome opravdavale mogućnost da bude opsesija čitavog jednog života; romantična ljubav se opravdavala samim svojim lirskim principom. Ali kurtoazna ljubav se nije usuđivala da prekrši seksualnu barijeru: njena duhovna pobeda osuđivala je telo na poraz. Romantična ljubav je bila »barka koja se razbijala o stenje života«; građanska preljuba se, sa svoje strane, razbijala o prozaičnije stenje braka. Međutim, počev od tridesetih godina, ljubav s *happy* enđ-om postaje pobednička. Ona lomi seksualnu barijeru da bi se ispunila u sjedinjenju tela: savlađivanje prepreke života da bi našla ispunjenje u paru; ljubav se od-

* Od XII do XV veka u Francuskoj, posebno u Provansi, muškarci i žene iz višeg društva okupljali su se i raspravljali o ljubavi. — Prim. *prev.*

sada shvata ne toliko kao nešto čemu brak čini prepreku, nego kao mogući osnov braku.

U starom imaginarnom, izuzimajući bajke, ljubav je retko uspevala da prebrodi osnovne sukobe koji su se isprečavali između nje i porodice ili društva; tragično se suprotstavljajući velikim tabuima, i sama je postajala tragična fatalnost dovodeći u pitanje poredak življenja: tek se sa *Sidom,* u zapadnjačkom imaginarnom, javlja prvi znak olakšanja: ljubav se spašava paklenog kola tragedije i može da savlada i snažnu očevu zabranu. Od tada će nam roman za mase, kao i građanski roman, neprestano pružati sliku uspona ljubavi iznad svih društvenih ograda: braka, porodice, klase, rase, dužnosti, otadžbine itd., u neizvesnoj borbi u kojoj ljubav može bilo da nastrada, bilo da pokatkad probije brane, ali do potpunog rušenja brana nikada ne dolazi.

Sve do pojave masovne kulture — tema građanske ljubavi iscrpljivala se u sukobu trougla — muž, ljubavnik, žena, a narodne ljubavne teme su se razvijale prema nekoj vrsti igre u kojoj je trebalo savladati prepreke i zamke svih vrsta (bogatstvo, siromaštvo, izopačene žene, mrskog zavodnika, uporne roditelje, nezakonitu trudnoću, ljubomoru, nesporazume). Ne odbacujući one teme, koje žive i dalje, jedne u pozorištu i građanskom romanu, druge u sentimentalnoj štampi, ali koje su postale marginalne (jedne se uglavnom odnose na psihičke prikrajke građanske duše, a druge — na projektivne snove čitateljki ispod 16 godina i najzapostavljenijih narodnih slojeva), masovna kultura je ljubav oslobodila tragičnih i melodramskih sukoba, kao i svake vrste potčinjenosti. Za razliku od latinsko-američkih, azijskih ili sovjetskih filmova, u kojima ljubav ili postavlja svoje probleme u okviru braka ili se potčinjava zakonu ili dužnosti, zapadni film, masovna imaginarna avangarda,

dopušta ljubavi da prodre na otvoreno more sopstvenog zadovoljavanja.

Takav oblik ljubav dobija u novoj imaginarnoj struji. To nije ljubav princeze od Kleva ili Eme Bovari, koja se lomi o društvene norme; to nije integrisana ljubav (u okviru porodice) niti dezintegrišuća ljubav (za koju je izlaz smrt: Tristan i Izolda, Romeo i Đulijeta). To je ljubav koja je postala nužan i nesumnjiv osnov svačijeg ličnog života.

Da bi ostvarila ovu pobedu, imaginarna ljubav je morala da savlada unutrašnje protivrečnosti, da otkloni svoje dezintegrišuće fermente, da na nov način mitologizira svoju sopstvenu težnju ka beskonačnosti. I stvarno, ako ljubav više nije integrisana niti dezintegrišuća, to je zato što je postala *integrišuća.* A postala je integrišuća jer je postala *sintetička,* obuhvatajući protivrečne impulse i vrednosti.

Ljubavna tradicija Zapada je, kao bez sumnje sve velike istorijske tradicije ali možda jasnije nego ostale, počev od XIII veka, suprotstavljala seksualnu ljubav ljubavi duše. Ta suprotnost se samo delimično poklapala sa suprotnošću između ljubavi i braka: ona je u stvari krajnje pojačala dvostruku polarizaciju između teme o srodnoj duši i teme o telesnom davanju. Duhovne teme su cenjene, seksualne su proklinjane kao grešne. Ova suprotnost se javlja i u romanu za narod i u filmovima prvih decenija: s jedne strane, nevina devica ili čedni junak, s druge strane, razvratna žena ili sramni zavodnik. Počev od tridesetih godina, nastaje mešanje devičanskih s prljavim temama, slabljenje čisto duhovne kao i čisto fizičke ljubavi u korist sintetičkog tipa duhovne i telesne ljubavi zajedno, koju simbolizuje poljubac u usta, i u korist sintetičkog tipa ljubavnika i ljubavnice, koji imaju erotske čari vamp-žene ili zavodnika, ali i čistotu

duše junaka ili device. Seksualna privlačnost i srodnost duša spajaju se u jedno jedinstveno i celovito osećanje.

Poljubac u usta nije samo filmska zamena za spoj tela koji cenzura zabranjuje, to je isto tako susret Erosa i Psihe: dah je, po starim mitologijama, sedište duše; s druge strane, za usta je fiksirana prva senzualnost vezana za apsorpciju i asimilaciju; poljubac u usta je čin dvostruke antropofagijske potrošnje, apsorpcija telesne supstance i razmena duša; on je spoj i opštenje psihe sa erosom...

Tako i novi filmski junaci nose u sebi sintetičku potpunost erosa sjedinjenog sa psihom, dok iščezavaju device i vamp-žene, vitezovi i gadni zavodnici.

U toj sintetičkoj ljubavi žena se javlja najčešće kao ujedno ljubavnica, drugarica, srodna duša, žena-dete i žena-majka, a čovek kao zaštitnik i štićenik, slab i jak. Izbacivanje porodičnih ili rodoskvrnih tema iz zapadnog filma dovodi do njihove latentne integracije u odnos između dvoje zaljubljenih.

Drukčije rečeno, sveukupnost afektivnih veza, nekada raspodeljenih u različite unutarporodične odnose, sada se polako vezuje isključivo za par.

Par se, dakle, javlja u zapadnom filmu kao nosilac skupa svih afektivnih vrednosti: roditelji i deca su proterani s vidika filma ili su prosto prikriveni; javne dužnosti, država, otadžbina, religija, partija retko se javljaju ih se javljaju bilo kao neke spoljne nužnosti, bilo kao problemi koje će ljubav moći da prebrodi; film je susret čoveka i žene, samih, stranih jedno drugome, ah koje će neka apsolutna nužnost vezati. U ljubavi središnju i glavnu ulogu igra par. Par proističe iz raspadanja porodice, ali će začeti brak. Buduća porodica, stvorena u braku što ga predskazuje happy *end,* ima smisao samo kao posvećenje para. Otuda je ljubav više

nego ljubav. To je onaj pravi osnov postojanja, prema etici ličnog individualizma. To je doživljaj koji daje opravdanje života — to je susret sa sopstvenom sudbinom: voleti, znači biti zaista sopstvena ličnost, zaista opštiti s drugim, upoznati snagu i potpunost.

Ova ljubav je isto tako »potpuna« kao i romantična ljubav, ali ta potpunost je sada umerenija; to nije više ona beskrajna težnja koja se suprotstavlja stvarnosti sveta da bi sebe tu uništila ili da bi uništila tu stvarnost: potreba za večnošću koju nosi u sebi nije više u raskoraku sa svetom u kojem je sve prolazno, već nalazi mesto u *happy* end-u kao neka integrisana i euforizirajuća mitološka slika. Drukčije rečeno, ako je ljubav masovne kulture izgubila dezintegrativnu snagu, kao što je bio slučaj sa neograničenim panteizmom romantične ljubavi, ona je sačuvala svoju apsolutnu i sveobuhvatljivu vrednost. Film *Poslednja obala* je u tom pogledu odličan primer. Dok čovečanstvo propada pod dejstvom atomskog zračenja, poslednji pogledi koje izmenjuju Ava Gardner i Gregori Pek pokazuju da je ljubav ono što kao poslednje odoleva uništenju, što može da prkosi završetku vremena, što je stvarno jako kao smrt. Ovim filmom, kada golubica ljubavi uzleće iznad bezobličnih voda završnog ništavila, završava se na mitski način istorija ljubavi Zapada, odnosno vrhovno veličanje i posvećivanje profane ljubavi.

Jezgrovita, sintetička, potpuna ljubav, kako je prikazuje imaginarno masovna kultura, dvostruke je prirode: ona je duboko mitološka i duboko realistička. Duboko je mitološka jer savlađuje sve sukobe, uklanja s vidika rodoskvrnuće, seksualnost, smrt. Duboko je realistička jer odgovara pravoj stvarnosti savremene ljubavi: zaista, ljubav para teži da postane osnov braka, zaista je devičanstvo izgubilo od značaja, zaista se ublažilo prokletstvo koje je pratilo seksualnost, i vrši se osmoza između duhovne i seksualne ljubavi; zaista klasne, rasne, porodične prepreke pružaju slab otpor ljubavi, zaista ljubav dobija sve veću i veću vrednost u našem postojanju. Film, dakle, ne daje toliko izvrnutu sliku koliko idealni odraz ljubavnog života.

S druge strane, u samoj je prirodi stvarne ljubavi da bude duboko prožeta imaginarnim — voljeno biće je predmet afektivnih projekcija, a one su vezane za obogotvoravanje: ekstaza, obožavanje, žar su iste prirode kao i religiozna osećanja, ali na nivou smrtnog bića. Poluimaginarna priroda stvarno doživljene ljubavi dopušta stalno napajanje imaginarnog stvarnim i stvarnog imaginarnim. To je u tolikoj meri izraženo da se i moglo reći da bez književnosti ljubav ne bi postojala. Ali, zauzvrat, bez potrebe za ljubavlju cela jedna vrsta književnosti ne bi postojala. Ljubav je, dakle, po svojoj prirodi, velika skretnica između imaginarnog i stvarnog. Osmoze između imaginarne i stvarne ljubavi su toliko mnogobrojne i plodne zato baš što je ljubav masovne kulture duboko realistična (identifikativna), a realna ljubav mitološka (projektivna). Drukčije rečeno, ljubav masovne kulture crpe svoje sadržaje iz života i stvarnih potreba (lični savremeni individualizam), a njima nudi svoje *uzore*.

U stvari, putem ljubavnih tema vrši se direktni uticaj filma; ljubavno ponašanje na filmu podstiče procese identifikacije koji urađaju praktičnim mimetizmom. Prve sistematske ankete iz sociologije filma 1930. godine [Movies *and Conduct,* koje je sproveo Herbert Blâmer (Herbert Blumer)] pokazale su da je love *making* mladih (udvaranje, poljupci) gotovo potpuno podražavao ljubavna ponašanja s filma. Uticaji, uostalom, pripadaju različitim nivoima. S jedne strane, industrija lepote i

zavodljivosti razvija se u senci sistema filmskih zvezda (industrija šminke, Maks Faktor, Elizabeta Arden, holivudski šminkeri). S druge strane, filmski junaci podstiču podražavanje njihovim pokretima, hodu, načinu oblačenja. (Ove dve prve tačke obrađujem i u poglavlju o erotici). Najzad, na psihološkom planu nameće se ideja o apsolutnoj nužnosti ljubavnog doživljaja.

Tako se uspostavlja kolo između filma i života, između imaginarnog i stvarnog: potreba za ljubavlju koja se oseća u životu nalazi svoje uzore, svoje vodiče, svoje primere na filmu; ovi se vraćaju u život i daju oblik savremenoj ljubavi.

Ali film nije celokupna masovna kultura: tematika ljubavi se na veoma različite načine očituje u raznim romanima i pričama sentimentalne štampe, u rubrici »u četiri oka«, kratkim vestima; najzad, u informacijama o životu olimpijaca. Međutim, treba istaći, baš imaginarna ljubav sa filma igra ulogu velikog regulatora te raznorodne ljubavne tematike.

Sentimentalna štampa, kao što sam rekao, delimično ostaje na melodramsko-projektivnom nivou nemog filma i starog romana za široke mase, dok se štampa bovarističkog stila, namenjena ženama *(El, Mari-Frans),* vrti ne samo oko realističkog imaginarnog već i oko praktične strane ženinog života (saveti za lepotu, higijenu, modu itd.). *Praktični* saveti su (naročito rubrika »u četiri oka«) malograđanski: briga o domaćinstvu, deci ili roditeljima stoji iznad ljubavi, a vrli i mudri saveti se trude da disciplinuju ljubavi koje su skrenule ili skreću s pravog puta.

Inače, kratke vesti u prvi plan ističu prekoračenja koja ljubav vrši, naročito zločine počinjene iz strasti. A bez sumnje se polako oblikuje tendencija u štampi, kao i kod porote, da se opravda ubistvo koje počini prevarena žena ili ostavljena ljubavnica ako je žrtva verolomnik (afera Ševalije). Ali, isto tako, vidimo da u stvarnosti kratkih vesti ljubavi nisu priznata baš sva prava: ako zaljubljena žena ubija svoje dete da bi mogla poći za ljubavnikom, proglašava se bestidnicom. Drukčije rečeno, izigrana ljubav se opravdava, ali ljubav koja drugog čini izigranim uvek je krivac.

To nam potvrđuje da masovna kultura daje prvenstvo sintetičkoj ljubavi (duhovnoj i telesnoj), nedeljivoj i potpunoj, ali ne i ludoj ljubavi. Filmsko imaginarno čini osu shvatanja jezgrene ljubavi, dok su na periferiji raspoređene suviše nestvarne melodramske ljubavi, suviše mudri »saveti«, suviše lude strasti, koje se opisuju u kratkim vestima. Masovna kultura kao celina čini kompleksni sistem koji istovremeno podstiče i koči preteranost u ljubavi, u korist jezgrene ljubavi.

Ali skorašnji razvoj stvari dovodi u pitanje ako ne i samo ovo shvatanje jezgrenosti, a ono bar temu *jedine prave ljubavi.* Poremećaji u ljubavnom životu olimpijaca, paradoksalno, doprinose da se demitologizira filmska ljubav. Nepostojanosti, raskidi ili razvodi Martine Karol, Rite Hejvort, Elizabete Tejlor, Brižite Bardo, Margarete, Soraje, Vadima itd. izazivaju naprsline i napadaju čvrstinu filmskog ljubavnog *happy-end-a.* Masovna štampa je postala ogledalo ove rastuće nestabilnosti koja odgovara samoj stvarnosti poslednjeg stadijuma ljubavi: jer ljubav postaje utoliko relativnija ukoliko više hoće da ostane apsolutna: čim »jedina prava« ljubav počne da dobij a obično lice, postaje bljutava i ponovo se polazi u potragu za jedinom pravom ljubavlju. Mnogobrojnost jedinih pravih ljubavi postaje unutrašnja rak-rana ljubavi, koja joj oduzima večnost. Olimpijci, dakle, mit o ljubavi vraćaju u vremensku stvarnost — u stvarnost našeg doba. Ali to ponovno uranjanje mita u stvarnost

možda ne dospeva do same srži ljubavi, jer, dok apsolutna ljubav dotrajava i slabi, ona se obnavlja, i u tom nizu smrti-preporoda pomalja svoje lice istinski apsolut koji se skrivao iza tog apsoluta: ne ljubavnik niti ljubavnica, već traganje za ljubavlju.

Ovo traganje, delom donžuansko, delom tristanovsko, kome je želja da spoji Erosa i Psihu, ukazuje na složenu i duboku težnju savremenog individualizma, koji se sastoji u beznadežnom pokušaju zbliženja s drugim — sličnim i nepoznatim — u težnji čoveka da ga upoznaju i da on upozna, da se izgubi i da se potvrdi u očima jednog zaljubljenog alter egro, da se na nivou para ponovo nađu afektivne vrednosti rodoskvrnuća, porodice, religije, osvajanja i robovanja, da se intenzivno doživi jedini lični doživljaj moguć u birokratskom svetu — koji se u malograđanskom rečniku stvarno zove »avantura«.

XV

VELIČANJE ŽENSKIH VREDNOSTI

Naslednica građanske kulture, koja se manje odnosi na muškarce a više na ženu koja guta romane, uslovljena civilizacijom u kojoj su ublaženi najbrutalniji vidovi ljudskog postojanja (borba za život, nadmetanje, fizičko nasilje), masovna kultura prirodno naginje veličanju ženskih vrednosti. Bilo je potrebno samo pola veka da lik »cover-girl«-e u SAD zameni lik pionira puritanca i energičnog biznismena.

Možemo li u ovome videti odraz jedne već dobro nam poznate razvojne odlike: »feminizacija« civilizacija koje su dostigle određeni stepen blagostanja ili bogatstva, taj »procvat« koji je sam već »dekadencija« jer »razmekšava«.

U masovnoj kulturi »muške« teme (agresija, pustolovina, ubistvo) su projektivne. »Ženske« teme (ljubav, porodično ognjište, udobnost) su identifikativne.

Ipak treba napomenuti da »muška« strana ne živi samo u snovima. Ona nalazi šire i nove izlaze u sektoru igara, a to je oblast sporta i razonode. U stvari, sport je teren muškosti koji masovna kultura ponovo otvara i proširuje. A među različitim sportovima posebnu pažnju treba pokloniti »džudu«, koji postaje sve popularniji, bez sumnje zato što predstavlja davnašnju tehniku za samopotvrđivanj e.

Svakako treba voditi računa i o novom širenju lova (uključujući i razne oblike sportskog ribolova — na udicu ili podvodnog ribolova).[1] Iako lov nalazi neznatnu primenu među stanovnicima velikih naselja, iako je on nevažnija tema u masovnoj kulturi, ne treba ga posmatrati kao istrajavanje nečeg što već iščezava, već kao pokušaj obnove muških vrednosti.

Ali baš na planu igre sport, džudo, lov ostvaruju zaštitu ili obnovu muških vrlina. Reč je doduše o nekoj vrsti praktične radnje, ali ona ima ludički karakter. Prava kulturna praksa vezana je za »ženske« vrednosti, ljubav, udobnost, blagostanje.

Masovna kultura je žensko-muška; to znači da se u filmovima, štampi, u emisijama na radiju ili televiziji, nalaze kako sadržaji koji interesuju muškarca, tako i oni koji interesuju žene. Možda za sport imaju više interesovanja muškarci, ali nema čisto *muških* sektora u masovnoj kulturi. Pokušaj stvaranja jednog lista za muškarce *(Adam)* ostaje usamljen i ograničen. Nasuprot tome, džinovski autonomni ženski sektor — od listova za devojčice pa sve do nedeljnih listova sentimentalne sadržine — razvio se u masovnoj štampi.

U Francuskoj je štampa namenjena ženama dostigla tiraž od deset miliona primeraka nedeljno, a ovaj se penje i na petnaest miliona u nedelji u kojoj izađu i mesečni časopisi. Šest miliona otpada na ženske ilustrovane časopise *(Mari-Kler, Eko* de la *Mod, El, Fam d' Ožurdui, Mari-Frans),* pet miliona na sentimentalnu štampu *(Nu de, Konfidans, Festival),* tri miliona na modne revije, za pletenje, krojenje itd...

[1] Svakako uključujući i lov na devojke: prilaženje devojkama agresivno-udvaračkom tehnikom.

Ova ženska štampa, koja se 1937. javlja sa rubrikom *Strogo poverljivo,* integriše u sebe, prerađujući ih u jeftinu sentimentalnu književnost, i modnu štampu. Razlikuje se od mršave feminističke štampe koja joj prethodi *(Le žurnal de la fam* Rejmonde Mašar). Feminizam ustupa mesto zahtevima »ženskog«. Možemo se poslužiti člankom Mini Gregoar (Minie Grégoire) (Espri, jul, 1959) za analizu tema ove štampe. Štampa se uglavnom bavi »srcem«, modom i lepotom, praktičnim savetima i, najzad, kulturom (film, književnost itd.). Dok *srce* praktično ima monopol u sentimentalnoj štampi, dok moda to čini u modnim revijama, veliki ilustrovani časopis *(Mari-Kler, El, Fam d Ožurdui, Eko de la Mod)* dovode u ravnotežu ta dva elementa modernog shvatanja ženskog (25 do 40°/o materijala posvećeno je pitanjima srca, 22 do 30% modi i lepoti, 13 do 30°/o praktičnim savetima, 6 do 8°/o kuvarskim receptima, 12 do 20°/o — kulturi).

Dve velike teme štampe namenjene ženama, s jedne strane, kuća, blagostanje, s druge — zavođenje, ljubav, stvarno su dve velike identifikatorske teme masovne kulture, ali tek u štampi za žene su čvrsto vezane sa praktičnim životom: saveti, recepti, krojevi, korisne adrese, rubrika »u četiri oka« upravljaju i rukovode ponašanjem u svakodnevnom životu.

Kroz praktične rubrike ženske štampe (a isto tako i muško-ženske štampe) pod ženskom kontrolom se odvijaju ne samo kućni poslovi nego i ceo novi svet blagostanja — komfora.

Naporedo s tim, veština zavođenja dobij a sve veći značaj u novom shvatanju umeća ponašanja u svakodnevnom životu. Mi smo do te mere navikli da vidimo našminkane žene, brižljive u pogledu svoje linije, eksperte za toaletu i modu da zaboravljamo šta u stvari znači to pokazivanje. Prostitutka naglašava samo zavod-

nički poziv obične žene. A ova se doteruje kao da hoće da izazove jedno stalno »poželi me«. Ova žena, obična u velikim gradovima Zapada, izgleda kao bludnica u očima žena Moskve ili Gorkog. Jer ove poslednje nisu (bar još nisu) uključene u kolo *svakodnevnog erotizma* koji je masovna kultura unela u naše naravi.

Žena-uzor koji izbacuje masovna kultura liči na neku *lutku za ljubav. Reklame* i saveti su veoma precizno upravljeni na sekundarne seksualne odlike (kosu, grudi, usta, oči), na erogene znake (rublje, odelo, nakit), na ideal tanke, vitke lepote, na kukove, bedra, noge. Usne večito crvene, lice našminkano kao za neki ritual, označavaju stalni poziv u to sveto ljubavno ludilo, koje se očigledno otupljuje svakodnevnim mnoštvom stimulusa.

Otuda, uostalom, stalna trka za novim — nova šminka, nove frizure, nove haljine — što odgovara dvostrukoj potrebi: stvarno novoj potrebi za zavodničkim podsticanjem i potrebi za ličnim potvrđivanjem (biti drukčija od drugih).

To objašnjava da moda ulazi u masovno kolo. Moda silazi sa svojih visokih vrhova i odmah podvrgava sebi sva obeležja kojima se iskazuje zavodništvo, kao i pojedina obeležja kojima se iskazuje društveni standard, moda novih oblika automobila, električnih aparata u domaćinstvu itd.). Sa vrhova elite moda silazi među ženske mase.

Prvi pokretač mode je očigledno jednostavna potreba za promenom, koja se rađa iz zasićenosti već viđenog i iz privlačnosti novog. Drugi pokretač mode je želja za originalnošću, a određeni znaci treba da potvrde pripadnost eliti. Ali ova želja za originalnošću, čim se moda raširi, okreće se protivu sebe; jedinstveno, umnožavajući se, postaje standardno. Tako se moda aristokratski obnavlja a demokratski rasprostire. Masovna kultura igra glavnu ulogu u savremenoj modi: ona je instrument neposredne demokratizacije aristokratizma: dopušta da običan svet na najbrži način pođe za elitom; svim sredstvima se stavlja u službu identifikativne prijemčivosti: fotografijama modela visoke mode, praktičnim savetima kako da se prošlogodišnje haljine prilagode novom stilu, uputstvima kako da se konfekcija prilagodi stilu visoke mode itd ... Sa svoje strane, visoka moda se odupire tome: velom tajne obavija pripremanje kolekcija, zabranjuje fotografisanje pre određenog datuma, progoni imitatore koji nemaju odobrenje za to ... Ali u isto vreme dok se odupire, ona se prilagođava tekućoj struji ako u tome nalazi korist: reklame masovne štampe proširuju polje njenog dejstva; velike kuće izvlače korist iz toga što stavljaju svoje etikete na serijske ili polu-serijske erotizirane proizvode (parfemi, čarape itd.). Tako masovna kultura ostvaruje dijalektiku aristokratizacije i demokratizacije na svim nivoima, da bi najzad među širokom publikom standardizovala uživanja aristokratske nadindividualnosti. Dakle, i u ravni ženske mode masovna kultura nam otkriva pravu funkciju: obezbeđuje prilaz nedostižnim »olimpijskim arhetipovima«, omogućava da se postignu ta izražena individualnost i privlačnost. Dopušta mimetičku identifikaciju. U isto vreme, održava potrošačko ludilo (za odelom, nakitom, predmetima koji obeležavaju društveni položaj), čiji značaj kao ekonomskog stimulansa postaje sve veći u društvu Zapada.

Kuća, blagostanje, moda, erotika su sektori gde ženska kultura ostaje u praktičnoj ravni. Tome nasuprot, imaginarno se razvija u domenu srca: priče, romani, foto-romani itd. Treba primetiti da se u tom carstvu srca jasno ocrtavaju tri zone: najpre pokroviteljska zona

(rubrika »u četiri oka«, sentimentalni problemi, bračni oglasi), gde čuvene savetodavke, kao Marsela Segal, Fransoaza Žiru, Elena Lazarev i psiholozi sa tri zvezdice, kao Andre Moroa, doktori za probleme Dulijete, kao Zan Diše, igraju ulogu pravih mentora za probleme ženskog.

Postoji takođe zona romansirane stvarnosti i romanesknog realizma, koja obuhvata romane, pripovetke, ljubavne biografije čuvenih ličnosti, informacije **o** životu olimpijaca, obojene fantastičnim elementom (iranski ciklus o Šahovim ljubavima, anglosaksonski ciklus o stanovnicima Bakingemske palate, brabansonski ciklus o Belgijskom dvoru).

Najzad, postoji zona film-romana i foto-romana sentimentalne štampe. U ovim feljtonima u slikama nalazimo stare teme romana za narod XIX veka, sa siroticama, zamkovima, tajnama oko rođenja, užasnim nesporazumima, podmuklim nevernicama, čistim srcima. Neobičan razvoj sentimentalne štampe tokom petnaest godina (pet miliona primeraka nedeljno) izgleda kao da je u suprotnosti s našom glavnom hipotezom. Ali treba imati u vidu da je ta štampa prodrla u najšire slojeve i među najmlađe čitateljke, prilagođavajući se starim »projektivnim« uzorima ljubavnog imaginarnog; uostalom, sentimentalna štampa je u opadanju u odnosu na velike ilustrovane časopise (šest miliona primeraka), u kojima vladaju identifikatorski uzori. Pored toga, ona se sve više okreće modernim oblicima indentifikacije, težeći za tim da vlasteline, aristokrate i pastirice raznih feljtona zameni novim olimpijcima (sportskim šampionima, avijatičarima, pevačicama, starletama itd.), ili inženjerima, lekarima, direktorima preduzeća. Najzad, ako ona i neguje neostvarljive snove, ona kroz **njih veliča** ljubav kao najvišu **vrednost postojanja.**

štampa namenjena ženama predstavlja, dakle, mikrokosmos osnovnih praktičnih vrednosti masovne kulture: afirmaciju pojedinca kao privatnog lica, blagostanja, ljubavi, sreće. Ove osnovne vrednosti su stvarno vrednosti sa ženskom dominantom. Ovaj mikrokosmos je, osim toga, najaktivnije jezgro masovne kulture, svojim snažnim podsticajem na podražavanje, potrošnju, na određene oblike ponašanja.

Vodeće teme vezane za oblast ženskog se takođe razvijaju u okviru masovne kulture: štampa koja nije namenjena ženama nije namenjena ni muškarcima; ona je žensko-muška i obuhvata sve teme ženske štampe (modu, pitanja srca, praktične savete, romansirane biografije itd.). Ali nadmoć ženskog se ispoljava u fenomenu *cover-girl-e.* Žensko lice gospodari koricama časopisa, bilo da jesu ili nisu za žene. Retki su couer-boy-i, kako u štampi za žene, tako i u *Pari-maču*, *Zur de Fransu* i drugim časopisima muško-ženske štampe.

Jedno jedino objašnjenje je moguće. Ako lice žene, a ne muškarca, gospodari u ženskom časopisu, to je zato što je tu glavno *identifikativni uzor* privlačne žene, a ne neko koga treba zavesti. Ako u časopisima masovne štampe žena takođe baca u zasenak muškarca, to je zbog toga što je ona još uvek identifikatorski subjekat čitateljki, dok je predmet želje čitalaca. Ova podudarnost žene subjekta i žene predmeta obezbeđuje hegemoniju ženskog lica. To nije samo vladavina žene subjekta-predmeta već ženskih vrednosti u okviru kulture. Ne postoji *identijikativni muški uzor koji bi se konkurentski nametnuo.*

Nije dovoljno samo potvrditi veličanje ženskih vrednosti. Isto tako treba ispitati arhetip savremene žene. Heč je o emancipovanoj ženi, ali o ženi u kojoj emancipacija nije ugušila dve funkcije žene-građanke: zavod-

ničku i domaćičku. Emancipacija žene se ne postiže samo društvenim priznanjem (pristupanjem muškim karijerama, političkim pravima itd.) već i hipererotizacijom i transformacijom domaćičkog robovanja u kontrolu nad domaćinstvom putem električnih aparata.

U uzoru savremene žene sinkretizovana su tri imperativa: zavesti, voleti, udobno živeti. Postoji zaista antinomija između domaćeg ognjišta i ljubavi; razvod ili tajna ljubavna avantura mogu da razreše ili da pomire tu protivrečnost.

Ali najčudnija sinteza je sinteza erotike i srca: Natan Lejts (Nathan Leites) i Marta Volfenstejn (Martha Wolfenstein) su prvi u *Džildi,* koju je posle Rite Hejvort[2] ostvarivalo nekoliko velikih filmskih zvezda, prepoznali jedan osobeni tip žene, koji su nazvali good-bad *girl* (dobra-loša devojka). Ta *good-bad girl* ima lik bludnice ili vamp-žene, ali film nam otkriva da ima bezazlenu dušu i srce koje traži samo pravu ljubav. »Devica« i »vamp« su doista iščezli ustupajući mesto različitim varijantama good-bad *girl-e,* koja u sebi nosi nešto od snažne erotizacije vampa i čistote device. Ta kinematografska slika je sublimirana slika savremene žene: našminkana i doterana kao neka lutka za ljubav, ali u potrazi za pravom ljubavlju, nežnošću i srećom.

Možda je ovde reč o revoluciji u domenu ženskog. Hrišćanska kultura je do krajnjih granica suprotstavljala teme žene-majke ili sestre temama seksualnosti. Devica je bila ideal ljubavnog osećanja dok je prostitutka inkarnacija seksualnosti. Naravno, potajne, skrivene veze nisu nikad prestale da se održavaju između ove dve antinomske teme. Postepeno slabljenje jakih seksualnih

[2] N. Leites and M. Wolfenstein, Movies (vidi bibl. str. 238).

tabua omogućilo je njihovo pomirenje bar prividno, u okrilju masovne kulture, u jednom uzoru žene čija je Ema Bovari bila nesrećna esenijanka, a koji sintetizuje vrline device i prostitutke. To je izmirenje Margarete i Jelene Trojanske u okvirima malograđanskog života: Margareta doterana kao Jelena Trojanska, zahvaljujući Maks Faktoru i gospođi Ekspres, uređuje svoj dom, priprema obroke, ne prestajući da sanjari o velikom Faustu.

U isto vreme muškarac se feminizira: sentimentalniji je, nežniji, slabiji. Autoritativnog oca zamenjuje »materinski« otac, supruga-gazdu zamenjuje životni saputnik, odlučnog ljubavnika zamenjuje »maza«. Obrnuto, nekim čisto ženskim osobinama emancipacija donosi muškost: sociološka autodeterminacija koju je žena stekla postaje sada psihološka autodeterminacija. Iza ženskih spoljnih obeležja izbijaju samostalno i samosvesno ponašanje.

Američki film je i ovde dao sublimirani uzor *mas~culine-feminine girl-e,* a opet su Natan Lejts i Marta Volfenstejn istakli njegove osobine. Oni nisu preuveličali simbolički značaj scene iz filma *Imati ili nemati* kada Loren Bekol pita Hemfri Bogarta: »Imate li vatre?« Tim malim činom pušačke emancipacije žena inauguriše svoj sopstveni *love-making.* Ona je ta koja otvoreno poziva muškarca na ljubav. Film je umnogostručio ove scene: žena prva predlaže poljubac ili kaže »volim vas«. Jedan od uzora samostalne i samosvesne žene u ljubavnom ponašanju nalazi svoj jasan izraz u junakinji filma *Hirošima, ljubavi moja.* Ova izmena uloga, kad žena preuzima na sebe odlučivanje, a kad muškarac, nekim čudnim obrtom, izgleda kao u defanzivi, izazvala je dosta brojne psihoanalitičke primedbe. Možda je ovo opadanje muškosti stvarno duboko.

Tako ne samo da se ženske vrednosti otelotvoruju i počinju da deluju u društvu, a muške odlaze među snove ili nalaze primenu u sportu i igrama, već se ocrtava i nameće uzor žene, sličan onim velikim boginjama srednje Azije, devicama i prostitutkama, koje sledi muško prateće božanstvo, njihov Ijubavnik-satelit. I slika muškarca ostaje idealizovana, on je muževan i nežan istovremeno, zaštićen i zaštitnik, ali to nije više dominatorska slika. Seks naše civilizacije se natapa folikulinom. Na kraju avanture Fausta Zapada počinje da se razleže pesma večnog ženskog.

XVI

MLADOST

U arhaičnom društvu mudrost je povlastica starih; prelaz u doba zrelosti ostvaruje se kroz obrede koji imaju smisao ubijanja detinjstva i donošenja na svet muževnosti. S razvojem civilizacija, autoritet staraca opada, pristup dobu zrelosti je usporen; nema nepremostivog rascepa između detinjstva i doba zrelosti; svojom blagom toplotom porodična čaura dugo greje i sprečava stvaranje ličnosti; tek smrt donosi rastanak s majčinim carstvom.

Tip čoveka koji se nameće u istorijskim društvima jeste zreo čovek. Ali nasuprot tome čoveku, u trenucima kriza savremenog društva, stavljen je mlad čovek, mladić. Sen-2ist i Robespjer su junaci-mladići prve velike revolucije modernih vremena — otada su mlade generacije bile uvek na vrhu revolucionarnih pokreta: 1830, 1848, 1871. u Francuskoj, u oktobru 1917, poljskom oktobru i mađarskoj revoluciji 1956, alžirskom ustanku iz 1954 itd. Obrnuto, restauracija reakcionarnih sistema vršena je u znaku očinskih, odnosno staračkih likova, kao što su Hindenburg u Nemačkoj, Peten u Francuskoj.

Svaki mladalački prodor ubrzava tok istorije; da uopštimo: u društvu koje se brzo razvija, a naročito u civilizaciji koja se ubrzano oblikuje, a takva je naša civilizacija, najvažniji činilac nije više nagomilano is-

kustvo, već *vezivanje za kretanje*. Iskustvo starih postaje zastarelo nagvaždanje, anahronizam. »Mudrost starih« se pretvara u trabunjanje. Nema više mudrosti.

Čitavo društvo se podvrgava procesu degerontokratizacije. »Podmlađivanje rukovodećih kadrova« (mladi ministri, mladi stručnjaci, mladi na univerzitetu) samo je odraz jednog mnogo opštijeg usmerenja. U SAD i SSSR doba prijema u društvo, doba kada prestaje popustljivost prema »mladiću«, počinje u tridesetoj, a to podmlađivanje se nazire i u Francuskoj, premda mu se sloj geronta grčevito opire. Ovo sveopšte hijerarhijsko uzdizanje mladih odgovara sveopštem obezvređivanju starosti. Ne samo da starost više nije delotvorno iskustvo — stari iz 1914—1918. ne mogu ničemu da poduče borce pokreta otpora, a ovi opet neće biti saslušani od mladih iz 1960 — nego ona ne može ni da prihvati vrednosti koje se sve više nameću: ljubav, zabava, sadašnjost. Tok života kao da odvaja, odbacuje starost. To je svet *ruševina*. Nekada su stari bili staratelji, a sada se, dajući im penziju, drugi o njima staraju.

Toj degerontokratizaciji odgovara »pedokratizacija«: ako 1789. označava zoru političke mladosti, već 1777. *Jadi mladoga Vertera* najavljuju zoru kulturne mladosti. Otada se ostvaruje njihov dvostruki, politički i kulturni, prodor, čas zajednički, čas naizmeničan. Romantizam je pokret mladalačkog žara i razočaranja, dolazi posle rušenja Starog sveta i najavljuje težnje novog čoveka. Mladi Hegel, mladi Marks, sa svoje strane, izvode mentalnu revoluciju u čoveku zainteresovanom za budućnost. Bog otac je na umoru.

Posle kratkotrajnog Petenovog obnavljanja staračkih vrednosti, u Francuskoj 1944. počinje na političkoj pozornici prava poplava ličnosti kao što su: Šaban-Delmas, Krigel-Valrimon, Miteran, Zoenvil, Erve. Posle

relativne regerontokratizacije politike, počev od 1950. u masovnoj kulturi se javlja *novi talas*. U književnosti sa Fransoazom Sagan i Fransoazom Male-2oris, u oblasti zabavnih pesama sa Elvisom Prislijem, Pol Enkom, Brendom Li, u slikarstvu sa Bernarom Bifeom, u modi sa Iv Sen-Loranom, a naročito na filmu, sa Vadimom, Malom, Trifoom, Šabrolom, Godarom, svedoci smo izlaska *mladosti* na pozornicu.

Pitam se čak ne postaje li, u datom trenutku, suprotnost između generacija jedna od osnovnih suprotnosti u društvenom životu: zar nema veće razlike, u govoru i stavu prema životu, između mladog i starog radnika nego između mladog radnika i studenta? Zar ova dvojica poslednjih ne dele iste osnovne vrednosti masovne kulture, iste težnje mladosti u odnosu na zajednicu starih?

*

Turgenjevljevi *Očevi i deca,* Zidovo »Porodico, mrzim vas« utrli su put procesu koji je danas doveo do početka kraja očeva. Velika porodica zasnovana na autoritetu glave kuće ustupila je mesto svedenoj porodici, zasnovanoj na paru. Emancipacija žene i opšte veličanje ženskih vrednosti su skinuli s pijedestala suverena muškarca. A on, uostalom, prihvata svoju novu ulogu. Novi očevi ne bi bili u stanju da uspostave autoritet u koji i sami ne veruju. Nemaju više tabua kojima treba obezbediti poštovanje, više ne treba čuvati devičanstvo kćeri, ne treba dečacima prenositi kult predaka niti očinsku etiku. To su materinski očevi, nežni »drugari«. Dete ima manje da se bori sa svojim ocem da bi se pokazalo kao odraslo, ali će teže moći da se identifikuje sa njim. Došlo je do propadanja očinske slike.

Nije više za oca fiksiran onaj patetični kompleks projekcije i identifikacije, onaj sukob sačinjen od po-

bune i obožavanja, neprihvatanja podražavanja ali i podražavanja, posredstvom čega se odvijao prelazak dečaka u odraslog. Ono »Porodico, mrzim vas« gubi svoj smisao u ovoj eri kada se, kao što kaže Vadim, »dečaci i devojčice ... ne bore s moralom svojih roditelja ili društva, nego ga prosto ignorišu« *(Ar,* 12. mart 1959).

Ipak, prema ljudskom zakonu koji zahteva da svaka teža ima i svoju protivtežu, odsustvo oca se oseća kao praznina, strepnja, patnja... Bez sumnje, postoji nesvesno traženje *idealnog oca,* autoritativnog ali čovečnog, koji je nedostajao sve brojnijim žrtvama suviše čovečnog oca. I možda Gabenovu popularnost kod mladih baš i objašnjava to traženje idealnog imaginarnog oca; Gaben — građanski patrijarh (Velike porodice) ili patrijarh proleter *(Ulica de preri), Gaben* — policijski komesar *(Megre)* ili gangster *(Ne dirajte u lovu)* jeste uvek pomalo grubi muškarac koji raspolaže pravom snagom, ah koji i *sve razume.*

Sa svoje strane, zaposlena majka, uvek mlada majka, koja želi da što moguće duže živi svoj život, takođe u izvesnoj meri gubi svoju opsesionalnu i sveprožimajuću ulogu u životu deteta. I u ovom slučaju, mutnim osećanjem da nedostaje »totalna« majka možemo objasniti traganje mladih za nekim duhovnim zajedništvom, za nekom verom, crkvom, za nekim klanom. (Gubljenje slike oca i majke nadoknađuje se, s jedne strane, velikim roditeljsko-materinskim autoritetima, kao što su Nacija, Država — roditelj, Otadžbina — majka, kao crkva ili Partija, a, s druge strane, kao što ćemo videti, uzorima masovne kulture).

Deci novoga doba, maženoj od svojih roditelja kao što nikad nisu bila, ipak nedostaju slika Majke kao sveobuhvatnog veličanstva i slika Oca kao naredbodavnog veličanstva. Ove uzvišene predstave koje su vladale religijama i mitovima rasipaju se u savremenom imaginarnom. Važna tema o Edipu, koji ubija oca da bi preuzeo njegovu ulogu i ženi se svojom majkom, bez sumnje je, egzemplarno, iznela na površinu duboki problem čoveka u potrazi za sopstvenim identitetom. Ali, da li danas još postoji suvereni otac koga treba ubiti da bi mu se oduzeo skiptar i da bi se s njim identifikovalo? Verovatno je tek u trenutku kada je edipovska situacija već počinjala da slabi psihoanaliza najzad uspela da prepozna veliki Tabu, da ga razotkrije i profaniše... Ona je udarila u posmrtna zvona svete tajne.

Sve do poslednjih decenija imaginarno je karakterisala opsednutost roditeljima. Od antičke tragedije do romana za široke mase porodica je mesto životnih razdora (sinovi i očevi, tašte i zetovi, vendeta); melodrama nalazi svoje zaplete u tajni rođenja (napušteno, ukradeno dete), među očusima i maćehama.

Ali ovaj imaginarni odnos otac-sin i, šire uzev, deca-roditelji, na svoj način prati stvarnu revoluciju počev od XVI veka. U XVI—XVII veku Hamlet i Sid probijaju branu u bezuslovnoj potčinjenosti ocu. Hamlet okleva da posluša osvetničku zapovest ubijenog oca. On nije sasvim naklonjen neumoljivoj logici porodične osvete. Suviše je obuzet svojim sopstvenim problemom. Kroz to oklevanje provlači se duh novijeg vremena, to jest javlja se pukotina u identifikaciji s ocem. I tek *in extremis* Hamlet će da ispuni čin identifikacije.

U *Sidu* Rodrig ostaje veran očevom zahtevu i odbija zahtev ljubavi. Ali novi zakon, koji simbolizuje kralj, dopušta Šimeni da zaboravi porodičnu osvetu. Ovoga puta novi duh trijumfuje: iznad oca je, s jedne strane, kralj (što znači nacionalna dužnost), a, s druge — ljubav.

Postepeno, ljubav će postati pobednik; istina, u XX veku biće još melodrama i porodičnih tragedija u kojima se roditelji i deca gube, traže se, muče jedni druge i u kojima porodični zakon uništava nemoćnu ljubav. Ali vrhovna prava ljubavi će se sve više i više priznavati. A posebno će se, s napretkom masovne kulture, roditelji ukloniti, dok sasvim ne iščeznu s horizonta imaginarnog.

Stripovi i američki filmovi će nametnuti vladavinu junaka bez porodice. Prevashodno herojska tema — mitološki junaci su sirotani ili vanbračna deca bogova, kao što su Prometej i Herkul. Ali tema je savremena u tom smislu što se ne zna ništa o roditeljima junaka, ne zato što postoji neka tajna u vezi s njihovim rođenjem, već zato što je to određenje prosto i potpuno zapostavljeno. Jedan čovek i jedna žena, sami u životu, susreću se i prkose sudbini.

U masovnoj kulturi postoji središna zona, u kojoj nema teme o roditeljima. Nevidljivost roditelja zauzima značajno mesto u američkom filmu, iako još uvek ima sektora gde se porodica pojavljuje kao euforična tema *(Porodica Hardi)* ili vodviljska (Dođi i *uzmi),* iako još uvek postoji marginalni sektor propalog oca ili majke. *(Smrt trgovačkog putnika, Istočno od raja, Buntovnik bez razloga).*

Mudri starac je postao beznačajni stari penzioner. Zreli čovek je postao »ruševina«. Propali ili srdačni otac sve više bledi u filmskom imaginarnom. Žena je svugde prisutna, ali brižna mati je nestala.

Uzori identifikacije, starateljske obaveze porodice ili zrelog čoveka pomeraju se na drugo mesto: — olimpijci od mesa i krvi, imaginarni junaci masovne kulture prihvataju se dužnosti koje su tradicionalno pripadale porodici i precima.

Novi uzor jeste čovek u potrazi za ostvarivanjem svoje ličnosti, kroz ljubav, blagostanje, lični život. Čovek i žena ne žele da ostare, oni žele da zauvek ostanu mladi da *bi se uvek voleli i uvek uživali u sadaSnjosti.*

Stoga se tema o mladosti ne odnosi samo na mlade već i na one koji stare. Ovi se ne pripremaju za starost već, naprotiv, bore se da ostanu mladi.

Tridesetih godina žene-filmske zvezde nikako nisu imale više od 25 godina, a muškarci 28 ili 30. Pošto bi prešli ovo doba, bilo je jasno da će morati da napuste film.

Posle rata granice su se pomerile. Ima aktivnih filmskih zvezda koje su iznad 50. godine, kao Marlen Ditrih, Džoana Kraford, Gari Kuper, Klerk Gebl. To ne znači da je mladost prestala da bude zahtev filma, to znači da se doba starenja pomerilo; mladi junak postaje *uvek* mladi junak; hronološki, ti glumci gomilaju godine, ali fizički psihološki, ostaju mladi, to jest aktivni, odvažni, zaljubljeni. U pedesetoj, pa čak i šezdesetoj, oni su i dalje muževni i lepi, mišićavi, preplanuli, sasvim različiti od trbušastih operskih pevača od šezdeset godina u ulogama Romea i *Đulijete.* Gari Kuper se nije pretvorio u lepog starca: u najgorem slučaju, to je lepi stari čovek koji zavodi devojke u cvetu mladosti. Umro je mlad.

Pre jednog veka rascvetalost žena tridesetih godina već je bila lepota na zalasku. Čovek četrdesetih godina

je doživljavao svoju poslednju avanturu, uznemiravan demonom zrelosti. Ali, odlaganje zalaska je naglo ubrzano industrijom za podmlađivanje. Ona je, rođena holivudskim načinom šminkanja, postala ne samo veština prikrivanja starosti: ona čak otklanja tragove godina — plastična hirurgija, masaže, razne mešavine na bazi embrionalnih supstanci ili razni sokovi za obnavljanje održavaju ili vraćaju izgled mladosti, ili čak stvarno uspevaju da obnove tkivo; istovremeno, sva osećanja koja odgovaraju mladosti ostaju životna, naročito ljubav.

Po ugledu na olimpijce, sada se i podmlađivanje demokratizuje: amami, saune za muškarce, kozmetički saloni za žene. Rođena je nova umetnost: umetnost kozmetičarke; sada se širi po četvrtima gradova, u malim gradovima. Obezbeđuje i mladost i lepotu. Ta umetnost najavljuje možda čudesni izvor podmlađivanja koji će imati moć da nas pretvori u prave olimpijce...

A dotle, novo Sveto trojstvo — ljubav, lepotu, mladost — oreolom ovenčava novi uzor: *zreli čovek uvek mlad,* u tridesetoj, četrdesetoj, pedesetoj, šezdesetoj, pa i iznad toga, svakako sve do vratnica smrti, ali sa užasnom pomisli na smrt, koja mu zagorčava sadašnjost.

Starost je obezvređena. Zrelo doba se podmlađuje. Mladost, sa svoje strane, i nije više mladost u pravom smislu reci: to je mladalačko doba (adolescencija). *Mladalačka doba* se *javlja kao klasa uzrasta u civilizaciji XX veka.*

Stara društva su kroz obrede posvećenja vršila nagli prelaz iz detinjstva u zrelo doba: bez obzira da li se to činilo s navršenom dvanaestom, četrnaestom ili šesna-

estom godinom, posvećeni je zauzimao mesto u društvu odraslih. Mada su uvek postojale, u jednoj fazi razvoja mladog čoveka, adolescentne komponente koje odgovaraju pubertetu ili društvenoj integraciji u svet odraslih ___mladalačko doba kao takvo se javlja tek *onda kada društveni obred posvećenja gubi svoju delotvornu moć, kada se gubi ili nestaje.* Mladalačko doba je, stvarno, doba kad se traži prijem u društvo, to je mučan prelaz detinjstva koje još nije završeno ka još nepotvrđenoj zrelosti, prelaz iz stanja presocijalizacije (učenje, studije) ka socijalizaciji (posao, građanska prava). Skicu mladog čoveka antičkog doba nalazimo u liku atinskog efeba, a naročito u ličnosti Alkibijada, ovog paleo-»crnojaknaša«, ovog atičkog Džemsa Dina, koji je noću porazbijao svete statue i otisnuo se u sicilijansku pustolovinu. Ali izgleda da Dafnid i Hloja ne pate od nemira mladalačkog doba, kao ni Romeo i Đulijeta, deca koja se vole kao odrasli (a odrasli ljubavnici se, opet, vole kao deca). Isto tako, princeza de Kiev je žena koja jeste u adolescentnom dobu, ali sama nije adolescent. Treba sačekati Kerubina iz *Figarove ženidbe* i mladog Vertera, da bi dobila lik stvarno nova, neizvesna, nesigurna, protivrečna ličnost, ne dete, s jedne, a odrasla osoba, s druge strane, već osoba koja udružuje u jednom nemirnom stanju mogućnost oba doba. Od tog trenutka će mladalačko doba početi da se neposredno izražava i dati poeziji njenu modernu dimenziju: Seli, Novalis, Rembo izražavaju tajne mladalačkog doba; od Paskalovih *Misli* i *Ispovesti* Rusoa, tog zakasnelog adolescenta, nikada protivrečna suština i duboke istine ljudskog života nisu bile tako iskazane :— nejasno iskazane kao i sve duboke istine. Ove genijalne mladiće je spržila sopstvena unutrašnja vatra ili zgromio sam život. Njihova poruka nam otkriva da se stvarno u mladalačkom dobu nalaze skup-

ljene sve istine koje se posle raspršavaju tokom čovekovog putovanja životom.

U mladalačkom dobu društvena »ličnost« nije još iskristalisana: prihvaćene uloge još nisu očvrsle u maske na licu, mladić je u potrazi za samim sobom i u potrazi za položajem odrasle osobe, otuda prva i osnovna protivrečnost između traganja za autentičnošću i traganja za društvenom integracijom. Za to dvostruko traganje se vezuje i traganje za »pravim životom«. U tom traganju sve je naglašenije: skepticizam i strasti. Potreba za istinom ovde je imperativna; »vrednosti iskrenosti« su iznad »vrednosti odanosti«. Brižita Bardo, na svoj način, izražava tu etiku mladalačkog doba: na pitanje »kakve osobine tražite da jedan čovek ima u životu«? ona odgovara: »da se nikad ne pretvara«. Prva lutanja u svetu odraslih donose nešto protivrečno: zadovoljstvo zbog svoje afirmacije (zarađivati novac, voditi ljubav), a takođe i duboko nezadovoljstvo zbog uključivanja u veliku jednoličnu mašineriju (oženiti se, imati posao, penjati se stepenik po stepenik), koja se završava povlačenjem u penziju i smrću. U mladalačkom dobu se kristališe smisao za osporavanje vrednosti: odvratnost prema licemernim i konvencionalnim odnosima i njihovo odbacivanje, neprihvatanje tabua, sveta u krajnjoj liniji. I tako dolazi bilo do nihilističkog povlačenja u sebe, bilo do pridruživanja nekoj mladalačkoj grupi, ili dolazi do pobune — bezrazložne pobune ili pobune politički obojene.

Oko sredine XX veka sve ove razbacane i individualne težnje dobijaju društvenu podlogu: stvara se klasa maladalačkog doba ne samo u civilizaciji Zapada već u svetskim razmerama. U Americi, SSSR, Švedskoj, Poljskoj, Engleskoj, Francuskoj, u Maroku vidimo težnju zajedničku grupama mladih da potvrde svoj sopstveni moral, da pokažu svetu svoju uniformu (farmerke, jakne vunene košulje), da prate svoju sopstvenu modu, da sebe poznaju u junacima, u jednima koje ističe film (Džems Din, Belmondo), drugima koje su istakle kratke vesti; u isto vreme, mladalačka senzibilnost se uvlači u masovnu kulturu (filmovi novog talasa, romani Saganove).

Grupe zazuista, huligana, crnih jakni potvrđuju besan nihilizam, pobunu, prezir, asocijalnost mladalačkog doba. A, na drugom polu, ovo osporavanje može prerasti u revolucionarno vrenje, kao što je to bio slučaj u Poljskoj i Mađarskoj (1956), u Japanu ili Turskoj (1960). Današnje mladalačko doba duboko demoralise birokratska dosada, koja se probija iz društva odraslih: a možda još i više nestalnost i licemerstvo ustaljenih vrednosti; mladi veoma snažno doživljuju osnovno pitanje smisla ljudskog postojanja; oni su možda vrlo duboko pogođeni onim osećanjem mogućeg samouništenja koje je kod njih izazvala atomska bomba. Pa ipak, oni u masovnoj kulturi nalaze estetičko-ludički stil, koji prilagođavaju svom nihilizmu, potvrdu ličnih vrednosti koja odgovara njihovom individualizmu, nalaze imaginarnu pustolovinu koja održava njihovu potrebu za pustolovinom ne zadovoljavajući je. To objašnjava kako su mladi mogli da naprave prodor u masovnu kulturu: Džems Din je postao prvi i uzvišeni junak mladalačkog doba, ovaploćujući bes zbog života i pobunu bez razloga, ludilo i zamorenost, težnju za potpunošću i fascinaciju rizikom. Njegov život je njegovu smrt učinio autentičnom, njegova smrt je učinila njegov život autentičnim; Džems Din je tako postao Seli masovne kulture. Njegovim tragom su pošli Entoni Perkins, Belmondo. Zatim je rok-en-rol bio prilika za novu mladalačku erupciju u svetskim razmerama. I odsada masovna kultura ima sek-

tor za junake i vrednosti mladalačkog doba. To je, uostalom dosta neodređen sektor, ove vrednosti se retko javljaju u čistom obliku, jer masovna kultura tu upliće svoja stereotipizirana shvatanja ljubavi, svoju temu *happy end-a,* veličanje uspeha. Retki su filmovi kao što su oni s Džems Dinom, Do *poslednjeg daha, Mali vojnik* (Godar), *Jednooki Džek* (s Brandom), *Pariz pripada nama* (Rivet), A[T]evini *čarobnjak* (Vajda), gde mladalačko doba nameće svoje osećanje tragedije... Tako isto u zabavnoj muzici: Pol Enka i Brenda Li su više star-male osobe nego pravi adolescenti.

Masovna kultura teži za tim da neskladne teme mladalačkog doba uključi u svoje standardizovane skladove. Teži za tim da osnuje »Olimp za one ispod dvadeset godina«, s Prometejima pripitomljenim u Ganimede. Masovna kultura dovršava kristalizaciju nove klase mladalačkog doba, snabdeva je junacima, uzorima, pancirima. U isto vreme, trudi se da ublaži oštrice, da joj smanji žestinu.

Odnosi projekcija-identifikacija između mladalačkog doba i masovne kulture funkcionišu na slabije uređen način nego kad je reč o odraslima: dok je svet gangsterske bande, slobode, ubistva, samo mirno, projektivno bekstvo za odrasle, mladima ove teme mogu postati ugledi u ponašanju; otuda izvesni uticaji masovne kulture, posebno film, na mlade prestupnike. Jasno je da ovaj uticaj zahvata manji deo mladih, čije prestupe uslovljava njihova društvena ili porodična pripadnost, i, u tom okviru, masovna kultura pruža primere, daje stil. Šire uzeto, postoji afinitet između još nesocijalizovane grupe mladih obrazovane na osnovu afektivnih odnosa, s jedne strane, i gangsterske bande — s druge, afinitet između poziva na pustolovinu, velike vanzakonske oduške imaginarnog sveta i težnje ka slobodi, izlaganju opasnosti, nejasnog osećanja da je ubistvo obred posvećivanja, prirodnog »lafkadizma« prisutnog u mladom čoveku. Masovna kultura, dakle, postaje ambivalentna u odnosu na ambivaletno doba... Mladačko doba je živi ferment masovne kulture; ova poslednja je u isto vreme kulturna čorba i domaća čorba koja hrani i rastvara ovaj ferment.

Najzad, na najvažnijem planu, velike identifikativne teme masovne kulture (ljubav, sreća, lične vrednosti, individualizam) imaju veće dejstvo na mladalačko doba, pošto je ono prevashodno podložno modeliranju, nego na ma koje drugo doba. Masovna kultura »akulturiše« nove generacije. A uz to, mladost najintenzivnije oseća poziv novog duha i masovnu kulturu usmerava u tom pravcu. Dakle, na planu mladalačkog doba postoji pojačavanje sadržaja i delovanja masovne kulture. *Uzori* koji preovlađuju ne pripadaju više porodici[1] niti školi, to su uzori štampe ili filma. Ali obrnuto, ovi uzori su podmlađeni. Postoji homogenizacija na mladalačkoj dominanti, kao što postoji homogenizacija na ženskoj dominanti.

Tako masovna kultura razara gerontokratske vrednosti, podstiče obezvređivanje starosti, oblikuje veličanje mladalačkih vrednosti, prihvata deo iskustava mladalačkog doba.

[1] Ali senka oca ili majke nije sasvim odagnana. Svaka društveno značajnija kriza dovodi ili će neizostavno dovesti do obraćanja velikim očinsko-materinskim mitovima, velikim Vođama, velikoj Crkvi, ili velikoj Partiji, Naciji.

Njena maksima je »budite lepi, budite zaljubljeni, budite mladi.« Istorijski, ona ubrzava već ionako ubrzan razvoj jedne civilizacije. Sociološki, ona doprinosi podmlađivanju društva. Antropološki, ona potvrđuje Bolkov zakon o stalnom zakašnjenju, produžavajući deitinjstvo i mladost odraslih. Metafizički, ona je bezgranični protest protiv neizlečivog zla starosti.

XVII

PLANETARNA KULTURA

Nova ilustrovana štampa, film, radio i televizija su se danas učvrstili u svim zemljama sveta. Sistem sredstava za masovnu komunikaciju je zaista univerzalni sistem.

Kulturne teme, koje su se oblikovale u SAD i koje sačinjavaju ono što sam ovde nazvao masovnom kulturom, proširile su se na film, štampu, radio i televiziju nacija Zapada. Ta ekspanzija ide još i dalje. Holivudski filmovi se rasprostiru po dvema trećinama naše planete. Stripovi, film-romani imaju internacionalnu prođu zahvaljujući koncernima tipa *Opera Mundi.* Uprkos etničkim razlikama, tip američke lepote se nametnuo u Japanu — frizurama, šminkom, proširivanjem očiju,* odelom; ponašanjem; uprkos kulturnom konzervativizmu, uzori američkog filma nametnuli su se ćelom sektoru japanskog filma. Uprkos ekonomskim razlikama, masovna kultura prodire u zemlje u razvoju u Aziji i Africi. U SSSR džez i rok-en-rol probijaju se kroz otvore na zaštitnoj zavesi i stižu mladalačkom crnom berzom sve do Sibira; htela-ne htela, tematika filma Staljinovog doba ustupa mesto ličnim vrednostima, ljubavi i zabavi. I ne samo to: prvi sovjetski let u kosmos bio je istovre-

* Prosecanjem kapaka u spoljnom očnom uglu. — Prim. *prev.*

meno početak vedetizacije na američki način. Privatne fotografije Titova i njegove lepe žene, iznošenje njegovog ličnog života na uvid masama čini od prvog kosmonauta prvog olimpijca zapadnog tipa na Istoku. Razumljivo je da ne možemo (još?) objaviti da će se novi ruski kurs priključiti kulturnom kursu Zapada. Ono što je izvesno jeste to da se klice masovne kulture prenose u pravcu SSSR.

Masovna kultura ima izvanrednu snagu osvajanja. Naravno, treba voditi računa i o otporima. Čitave nacije su pred njom zatvorene, kao Kina. A u drugima religija, država, porodica zadržavaju njen prodor. Ideologija onog »najpre proizvodnja« sprečava joj pristup. Masovna kultura je stvarno po svojoj prirodi anacionalna, adržavna, antiakumulatorska. Njeni najvažniji sadržaji pripadaju oblasti ličnih osećajnih potreba (sreća, ljubav), imaginarnih (pustolovine, sloboda), ili materijalnih potreba (blagostanje). To joj baš i daje osvajačku snagu. Svugde gde tehnički ili industrijski razvoj stvara nove uslove života, svuda gde se raspadaju stare tradicionalne kulture, javljaju se nove lične potrebe, traži se blagostanje i sreća.

Potrebe za blagostanjem i srećom, u onoj meri u kojoj u XX veku postaju univerzalne, dopuštaju da i masovna kultura postane univerzalna. A, sa svoje strane, masovna kultura univerzalizuje te potrebe. To znači da širenje masovne kulture ne samo da je potpomognuto planetizacijom jedne civilizacije, ono taj isti proces i potpomaže. Ta kultura budi polurazvijene ljudske potrebe, ali uvek spremne da se pojave, ona doprinosi širenju nove civilizacije.

U tom smislu, u procesu planetizacije koji su izazvali tehnički i ekonomski razvoj, masovna kultura je i primalac i ulog i odrednica.

U stvari, svugde gde počne da se širi, ona teži da uništi kulture *hic* i *nunc*. Ne uništava sav folklor: stare folklore zamenjuje novim, kosmopolitskim: *cover-boys* i cover-girls, rok-en-rol i sambama, brzometnim uspesima zabavnih melodija, igrama na radiju i televiziji itd. Taj novi kosmopolitski folklor nosi u sebi delove regionalnih ili etničkih folklora: u izvesnom smislu to je skup folklora koji su se sjedinili da bi napravili univerzalno telo: džez crnačko-američkog porekla, napolitanske kancone, tropski ritmovi (sambe, bajoni, ča-ča-ča), jidiški lid, Deca *Pireja, Mustafa,* sve se to nalazi po džuboksovima Evrope, Amerike, Azije, Afrike, Okeanije. Na filmu biblijsko-hrišćanske legende tipa Ben Hura, viteške avanture, vestern-filmovi, stepske avanture, sipajske pobune, čine legendarnu riznicu gde holivudska dominanta, to će reći beloamerička, ne mora da nam prikriva evropske, crnačke ili indijanske priloge. Isto tako, svetski sportski folklor, koji je utvrdio svoja pravila u anglosaksonskoj eri (ragbi, fudbal, tenis, atletika), nadovezuje se na stare ili tradicionalne igre.

Osim toga, pojavila su se sinkretizovana delà čisto kosmopolitska po koncepciji: »u službi Rusa Tolstoja, švedska glumica kojom upravlja američki režiser potresa Zapad, Indiju i Japan«, govorio je Malro; i od holivudske Ane Karenjine, koju je igrala Greta Garbo, naglašena je težnja da se film sinkretizuje putem koprodukcija i superprodukcija; tako je *Mihail Strogov* sniman u Jugoslaviji, igrao ga je Nemac Kurt Jirgens, a Francuz Alen Delon je Roko iz Kalabrije.

Najzad, takođe se širi jezik, ne više sinkretizovan, već univerzalan po onome što ima u sebi od neposrednog konkretnog: jezik slika — fotografija, filmovi, stripovi, reklame, oglasi.

Ovaj kosmopolitizam je dvostruke prirode: s jedne strane, antropološka priroda, to će reći podloga zajednička ljudima svih civilizacija — tu zajedničku podlogu ne čini samo jezik slika svojstven filmu, ilustrovanoj štampi, televiziji, reklami, čine je i one prve i osnovne strasti, stimulativna moć procesa projekcije i identifikacije koji vaspostavljaju »onaj mistični i konkretni mentalitet« o kome govori Vandrijes (Vendryes). Navešću celu rečenicu, na koju nas često podseća G. Koen-Sea (G. Cohen-Séat): »Neće li taj mistični i konkretni mentalitet koji je bio gotovo izbačen iz naših velikih zajedničkih jezika postati dovoljno moćan da naše jezike saobrazi sebi i nametne im svoje navike?«

Stvarno, masovna kultura se poziva na afektivne sklonosti jednog univerzalnog imaginarnog čoveka, bliskog detetu i bliskog arhaičnom, ali koji je uvek prisutan u savremenom *homo faber*. Stvarno, jedan od temelja kosmopolitizma masovne kulture jesu univerzalnost procesa koji se odvijaju u »arhaičnoj podlozi« ljudskog mozga i univerzalnost imaginarnog čoveka.

Kosmopolitizam masovne kulture je takođe, i u isto vreme, veličanje novog tipa čoveka koji se univerzalizuje, čoveka koji teži boljem životu, čoveka koji traži ličnu sreću i koji potvrđuje vrednosti nove civilizacije. Masovna kultura u sebi blisko povezuje te dve vrste univerzalnog: univerzalno elementarne afektivnosti i univerzalno savremenosti. *Ove dve univerzalnosti se oslanjaju jedna na drugu, i zahvaljujući tom dvostrukom podsticaju raste širenje masovne kulture* po svetu.

I tako, ona prodire u Aziju, Afriku i tamo razvija potrebe koje već postoje na Zapadu. Masovna kultura donosi kulturne uzore za sve oblasti — ljubavni odnosi, lepota, odevanje, zavođenje, erotika, umeće ponašanja u svakodnevnom životu, stanovanje — afektivne i praktične uzore ličnosti, i oni se odomaćuju, jer predstavljaju kulturni aspekt opšteg prodora tehničke civilizacije i mogućnost ovozemaljskog i prizemnog spasenja.

Ovde se čovek može zamisliti: u društvima Zapada ekonomske promené, a naročito industrijski polet, promenili su i mentalitet. U Trećem svetu, ultralaka industrija, to jest industrija komunikacionih sredstava (radio i film u prvom planu), počinje da u mentalitete unosi promené pre nego što se to društvo izmenilo. U zapadnim zemljama pismenost se proširila pre auditivno-vizuelne kulture. U Trećem svetu, proces je često obrnut. Auditivno-vizuelna kultura se širi po velikim još neopismenjenim prostranstvima.

Pre nego što se infrastruktura tradicionalnih društava iz temelja izmeni, svetski dinamizam *komunikacija* svih vrsta (od brodskog i avionskog saobraćaja pa sve do telekomunikacija, preko radija, štampe, filma) će odigrati ogromnu pokretačku ulogu. Nevil (Naville) i Lefevr (Lefebvre), svaki na svoj način, istakli su sve značajniju ulogu ovih komunikacionih mreža — pravog planetarnog nervnog sistema, koji se sam neverovatno brzo razvija a upravlja opštim razvojem. »Svet komunikacija će upravljati svetom proizvodnje kao kad jedno društvo upravlja drugim« (Nevil).[1]

Na svom terenu masovna kultura i nema u stvari pravog suparnika. Njeni neprijatelji su sistemi koji žele — privremeno — da podrede potrošnju proizvodnji, kao što je to kineski sistem. Ona se spotiče o sisteme i ideologije koji odbijaju da ljudski smisao vide u individualizmu ili u zemaljskom životu. Protivi se filozofijama

[1] *Ka društvenom automatizmu, Revue Française de Sociologie,* 3 (I), jul-septembar 1960, str. 275—285.

nemira i asketizma. Protivreči komunizmu. Ali socijalistički ili komunistički moral se, zaista, nigde nije mogao učvrstiti kao doživljeni moral u svakodnevnom životu; komunizam je ideološka nadgradnja koja, u zemljama koje sebe nazivaju komunističkim, prikriva stvarne društvene odnose isto onako kao što hrišćanska ljubav, u teokratskoj državi, prikriva cinične društvene odnose; bratstvo među ljudima, ljubav prema bližnjem, versko jedinstvo, prevazilaženje sebičnosti; ukratko, rascvat ličnog života unutar kolektivnog još uvek su samo mitovi: jedina kultura, na nivou današnjih stvarnosti, jeste masovna kultura. I zato što odgovara današnjem stvarnom — (podrazumevajući tu imaginarne potrebe za stvarnim) ona živi i pobeđuje. Ona je kosmopolitska jer je vezana za današnji proces planetizacije. Zabluda je, čudan mit, videti u masovnoj kulturi samo mistifikaciju, opijum koji krupni kapital, spolja, ubrizgava čovečanstvu.

Paradoksalna je i činjenica da u istom trenutku kad izgleda da na celoj zemlji doprinosi pobedi vrednosti amerikanizma ili građanskog individualizma, masovna kultura pomaže da se podrije građanska prevlast i američka nadmoć.

U latinoameričkim, azijskim, afričkim zemljama procesi razvoja građanske klase kao dominantne klase su veoma oslabili; široka srednja klasa na koju bi ona mogla da se osloni nije se još mogla razviti; velike svetske sile (SSSR, Kina) predvode ili podržavaju narodne mase i pružaju im taktičke i strategijske uzore organizacije, kao i mitove po kojima se treba upravljati; veliki rudnici i industrije su u rukama međunarodnog kapitala; nacionalne građanske klase ne stižu da se suvereno afirmišu, kako pred masama tako ni pred velikim monopolima. Ne želim da ovde ulazim u analizu; najvažnije

je da, pošto se postavi problem o društvenoj nemoći građanske klase i srednjih klasa u »nerazvijenim« zemljama ili u zemljama u razvoju, primetimo da masovna *kultura povećava tu nemoć,* iznutra nagrizajući mentalnu strukturu koja je obezbeđivala pobedničku snagu srednjih klasa i građanskih klasa Zapada. Ove poslednje su ostvarile svoj istorijski uspon u znaku etike preduzetništva, porodične kohezije, privatnog *ulaganja* vezanog za moral odloženog uživanja (građanski »puritanizam«, koji je sjajno opisao Maks Veber). Međutim, sa masovnom kulturom, uzori neposrednog uživanja, dokolice, udobnosti, blagostanja, ličnog individualizma, potrošnje, postaju veliki uzori srednjih klasa i građanske klase. Ove klase su od tada istorijski, društveno, nacionalno, nekako iščupane iz korena. Prilično veliki deo *intelektualaca* pati zbog tog gubljenja korena i zbog te nemoći. Oni traže spas u narodu; na umetničkom planu, trude se da otkriju autohtone folklorne izvore (populističke ili neopopulističke u Latinskoj Americi, sa Amadom ili Asturijasom); na političkom planu, ovi intelektualci se trude da pripreme raspoloženje za antiimperijalističke, antikapitalističke i antisevernoameričke pokrete.

Pošto doprinosi njihovom slabljenju i njihovoj heterogenizaciji, masovna kultura je, da tako kažemo, društveni opijum srednjih klasa i građanske klase Trećeg sveta.

S druge strane, ona je alkohol za narodne mase. Pre svega, potpunije i jače nego sve političke propagande, ona ruši tradicionalne vrednosti, nasleđene uzore; ona doduše održava projektivne snove, ali u isto vreme izvesne projektivne snove pretvara u težnje. Težnja za blagostanjem, za individualnim životom se oblikuje u isto vreme kad i nezadovoljstvo, revandikacija, pobuna.

Imaginarna potrošnja izaziva povećanje stvarne *potrošačke potražnje,* ali dok imućne klase navaljuju da troše, potražnja koja raste u narodnim masama ostaje neostvarena. Ova napetost koja postoji između velikih zahteva, s jedne strane, i stvarnosti koja gotovo ništa ne pruža, s druge strane, može se imobilizirati u nekoj vrsti gledalačke katalepsije, kao kod onih polugladnih seljaka sa Abruca koji svako veče idu u bioskop da bar fiktivno pobegnu od života.

Istina, masovna kultura podržava sanjarenje o životu na američki način kod velikog delà gradske siromašnije omladine. Ali ova sanjarenja ostvaruju se samo u ravni mimetizma (nošenje jakni, pijenje koka-kole, u rok-en-rolu). U stvari, proameričke političke partije ne mogu da nemaju velike koristi od tog elementa naklonjenog amerikanizaciji života. Naprotiv, a paradoks je samo prividan, revolucionarni antiamerički pokreti, koji se suprotstavljaju površinskim strujama, koriste se dubinskom strujom koju izaziva masovna kultura. U stvari, ovi revolucionarni pokreti podižu zastavu blagostanja, potrošnje, sigurnosti zaposlenja, individualnog i kolektivnog oslobađanja. Pod ovakvim okolnostima, komunističke partije mogu postati pravi korisnici akcija masovne kulture, koja razbija tradicionalne vrednosti i stvara kult novih potreba.

Ni sistemi zvani komunistički neće uspeti da zadovolje nove potrebe. Naprotiv, takav aparat će ubrzati industrijalizaciju, to jest povećaće akumulaciju kapitala za proizvodnju, a ne raspodelu (koja bi, uostalom, bila nedovoljna) za potrošnju. Stoga će se birokratski sistem koristiti masovnim sredstvima prinude da bi ugušio zahteve za potrošnjom (policijskim režimom, zabranom prava na štrajk, zabranom političkih partija, stavljanjem sindikata u službu režima). Istovremeno, pošto ne

može da odgovori neposrednim potrebama masa, sistem će prestati da uživa blagodeti njihove privrženosti, sem ako ne uspe da ih ubedi da je strani imperijalizam jedini vinovnik za njihova lišavanja. Ali i to može da traje samo izvesno vreme: nove težnje, nove potrebe nastaviće svoja previranja. Ona će ključati, utoliko pre što će se birokratski poredak, pre ili kasnije, orijentisati na razvoj potrošnje, kao što je slučaj u SSSR posle Staljinove ere. To znači da masovna kultura u Trećem svetu podržava dvostruko stvaranje mitova, mitova o vrednostima Zapada i o ostvarivanju neposrednih potreba putem sistema zvanog komunistički. To isto tako znači da bi, pošto je u prvoj fazi podržala politički antiamerički, antiburžoaski, antikapitalistički razvoj, masovna kultura, u jednoj drugoj fazi, u dubini podržala razvoj vrednosti i uzora individualizma, blagostanja i potrošnje. Samo bi opšta kataklizma, novi svetski rat, odnosno duboki poremećaj u planetarnim zbivanjima (što nije isključeno), mogli da zaustave ovaj proces koji bi bio svedok trijumfa amerikanizma i propasti Amerike.

XVIII

DUH VREMENA

PITANJE

Masovna kultura postavlja jedan ključni problem.

To nije problem njene umetničke vrednosti. Suprotstavljati Debisija Luju Armstrongu je beskorisno i smešno.

To nije problem njene humanističke vrednosti. Suprotstavljati Montenja Dinu Martinu, Sokrata Džeri Luisu je glupo.

To nije problem otuđenja, reč lišena svakog smisla ako se odnosi na sve što je imaginarno, san, zabavno, jer onda otuđenje jeste i ostaće ne samo nešto nerazdvojivo od nego i nešto neophodno ljudskom biću; reč lišena svakog smisla ako se odnosi samo na oblast kapitalizma, pošto je i na svakom drugom mestu svakodnevni život izložen ekonomskim, političkim, ideološkim, kulturnim otuđenjima; najzad, reč lišena svakog smisla ako se odnosi samo na masovnu kulturu a ne i na njene izvore.

Kao što je Marks kritiku Svete porodice doveo u vezu s kritikom zemaljske porodice, i kritika olimpijske mitologije treba da bude dovedena u vezu s kritikom industrijske Beotije. Međutim, ako smatramo da se ta kritika ne može svesti na kritiku kapitalizma, jer, iako

rođena iz razvoja kapitalizma, ona odgovara kompleksnijim i dubljim stvarnostima, kao što to pokazuje privlačnost koju već ima u SSSR i u socijalističkim zemljama, ova kritika se otvara prema višedimenzionalnom i opštem problemu: problemu pravca kojim kreće život u tehničko-industrijsko-potrošački najrazvijenijoj oblasti na svetu i kojim će život neminovno krenuti u svakom društvu gde postoji potrošnja, pa ma kakva bila zvanična ideologija.

MITOLOGIJA ZEMLJE

Masovna kultura je embrion religije ovozemaljskog spasenja, ali joj nedostaju obećanje besmrtnosti, svetost i božanstvo da bi se pretvorila u religiju. Lične vrednosti koje veliča — ljubav, sreću, ispunjenje sebe — slabe su i prolazne; zemaljska i smrtna jedinka, osnov masovne kulture, sama po sebi je nešto najneizvesnije i najprolaznije; ova kultura je uključena u živu istoriju, njen ritam sadašnjice, njen način učestvovanja je ludičko-estetički, njen način potrošnje je svetovni, njena veza sa svetom je realistička.

Stoga olimpijci masovne kulture nisu pravi bogovi; čak su i junaci fikcije smrtni kao i mi. Mitovi se ne razvijaju do kraja; nema mita o stvaranju sveta, nema kosmogonije, nema Otkrovenja, nema Mojsijevih tablica. Maniheistička borba Dobra i Zla ovde se odvija vatreno, ali bez Ormuzda i Arimana, Boga i Đavola. Fatalnost i Proviđenje ovde su uvek prisutni, ali oni su skrivene sile a ne personalizovana prisustva.

Protivrečnost — žilavost i slabost — masovne kulture jeste u tome što održava i razvija religiozne procese

na nečemu što je najsvetovnije, mitološke procese u nečemu što je najempiričnije. I obrnuto: empirične i svetovne procese održava na ideji vodilji novih religija — ličnom spasenju.

Stoga, uprkos svojoj institucionalnoj krhkosti, uprkos svojoj nemoći da postane religija ovozemaljskog spasenja, uprkos realizmu koji joj je, uostalom, potreban, uprkos svom bednom i trošnom temelju, masovna kultura razvija mitologiju jedinke XX veka. Obrnuto: uprkos ovoj mitologiji, ona ostaje svetovna i prizemna.

Masovna kultura, koja ne može stvarno postati religija ličnog života, ne može ni izaći van sfere ličnog života. Kao što ne može da se institucionalizuje u religiju, ne može ni da se osloni na svetovnu vlast i da raspolaže sopstvenim aparatom za prinudu. Ne može raspolagati školom, partijom, vojskom, državom. Oslanja se samo na tržište, potrošnju, na libidinoznost. Ona nema svojih zastava, sem fotografija pin-ap devojaka i filmskih zvezda, kao što nema ni obreda, kultova, sem autograma i usklika »bravo« publike.

Imperijalizam masovne kulture se koristi snagom koju su u moderno doba stekli lično i zemaljsko, ali i trpi njihove nedovoljnosti. Istina, on delimično oduzima porodici, školi, otadžbini, njihovu obrazovnu ulogu, u onoj meri u kojoj su »uzori« oca, vaspitača, velikih ljudi, snažno ugroženi konkurencijom novih uzora kulture. Istina, oduzima religioznom spasenju jedan deo smisla, nudeći moguću sreću na zemlji. Ali ovaj imperijalizam ima prepreke i svoje granice. Države i religije svojom cenzurom savlađuju libido koji bi prirodno bio neobuzdan. A povrh svega, religija, država, nacija, partija žive od ljudskih stvarnosti koje masovna kultura može delimično da umanji, ali ne može da odstrani. Religija raspolaže onozemaljskim pašnjacima; njena moć se uz-

diže tamo gde bledi masovna kultura: na vratnicama patnje i smrti. Države, nacije, partije se zasnivaju na kolektivnim učestvovanjima ili društvenim strukturama koje masovna kultura ne poznaje.

Tako, iako polje svoje akcije zadobija nagrizajući ili potiskujući druge kulture, masovna kultura ne može da potisne ili da razori religiju ili državu.

PUNO I ŠUPLJE

Opštenje između čoveka i njegovih dvojnika, opštenje kroz koje se obrazuje njegova svest kao jedinke, njegova ličnost, dok, naporedo, održava kompenzatorne odnose s imaginarnim, to opštenje se većim delom odvija kroz masovnu kulturu.

Spoj imaginarnog i stvarnog je mnogo čvršći u masovnoj kulturi nego u religijskim mitovima ili bajkama. Imaginarno se ne projicira na nebo, već se vezuje za zemlju. Bogovi — filmske zvezde, olimpijci — demoni, kriminalci, ubice — su među nama, našeg su kova, smrtni kao i mi. Masovna kultura je realistička.

Ta bliskost realnog i imaginarnog polja dozvoljava neprestane elektrolize. Ono što čini originalnost i specifičnost masovne kulture jeste orijentacija, posredstvom identifikativnih procesa, jednog delà imaginarne potrošnje prema realizacijama. U društvima Zapada ovaj porast imaginarne potrošnje izaziva povećanje stvarne potražnje, stvarnih potreba (a i one same su sve više prožete imaginarnim, kao što su potrebe za društvenim položajem, luksuzom, ugledom); privredni rast se usmerio prema nečemu što bi se jedan vek ranije smatralo

kao neverovatno: ostvariti imaginarno. A tu je još i nešto više: i sam život se, bar u ravni koja predstavlja sredinu između dve tačke, gornje i donje, koje su promenljive, sve više troši, pod dejstvom masovne kulture. Imaginarna učestvovanja i učestvovanja u stvarnom životu ne samo da se ne isključuju već se i podržavaju. Mladi »aktivisti« filma, radija, ilustrovanih časopisa su takođe najaktivniji u ličnom životu i u odnosima sa svojim drugovima.[1]

Ali život ne može sve da potroši, a potrošačko društvo ne može i neće moći sve da dâ. Ono i dajući uzima. Ono ne može ujedno dati i sigurnost i rizik, pružajući papuče — lišava nas pustolovine. Dajući nam sliku, oduzima nam sadržaj. Masovna kultura fiktivno pruža sve ono što ne može praktično da se potroši. Ona je, tako, avantura života bez avantura, siromaštvo lagodnog života, lagodan život siromaha, zločin časnog oca porodice, otmenost neotmenih bića, surovost osetljivih duša, osetljivost neosetljivih ...

Ujedno, deo života svojih potrošača ona čini fiktivnim. Od gledaoca čini utvaru, projicira njegov duh u mnoštvo slikovitih ili imaginarnih svetova, njegovom dušom naseljava mnogobrojne dvojnike koji sad za njega žive.

Tako masovna kultura radi u dva suprotna smera. S jedne strane, ovi dvojnici žive umesto nas, slobodni, suvereni; teše nas zbog života koji nam nedostaje, zabavljaju nas u životu koji nam je dat; s druge strane, podstiču nas da podražavamo, daju primere traženja sreće. S jedne strane, nezadovoljene potrebe rađaju velike imaginarne procvate akcije i avanture; s druge strane, imaginarna potpunost sreće i ljubavi napaja

[1] Lazarsfeld, vidi bibl.

empirijski život. S jedne strane, masovna kultura hrani život, s druge strane ga atrofira.

Ovo dvostruko usmerenje, hipnotičko i praktično, verovatno *integriše* veliki broj pojedinaca u hod društava Zapada, jer smiruje ili pročišćava neostvarljive, a podržava ili izaziva ostvarljive potrebe, i, na kraju, prilagođava čoveka dominantnim procesima. Ali treba imati u vidu i drugu mogućnost, da masovna kultura blokira, i to jedno drugim, realno i imaginarno u neku vrstu stalnog somnambulizma ili neku vrstu opsesivne psihoze. Tako je sa svima onima koji su materijalno suviše siromašni ili onirički (duhovno) suviše bogati, koji ne mogu da deo svojih snova prilagode stvarnosti, a deo svoje stvarnosti svojim snovima. Reč je, s jedne strane, o individualnim slučajevima, ali s druge, i o kolektivnim slučajevima: mislimo na one siromašne slojeve opčinjene filmom i televizijom, iz kojih crpe lažna blaženstva modernog opijuma, uprkos tome *što* i baš zbog toga *što* žive izvan potrošačkog kruga i individualističkih standarda.

S druge strane, treba imati u vidu i mogućnost da dođe do poremećaja i obrtanja u okviru procesa projekcije i identifikacije, naročito kod mladih koji žele da dozive život gangsterske bande i preziru sreću *happy* enđ-a. U ovom smislu masovna kultura prestaje da bude faktor prilagođavanja i postaje ferment neprilagođavanja; surovo muško, ono razbojničko, ono izvan zakona, postaju »uzori«; masovna kultura neosporno podržava ove mlade »buntovnike bez razloga«, koji izviru na svakoj tački zemlje, uključujući, i naročito njih, društva najbolje »integrisana«. (Neću se pridružiti ovde opštem koncertu konformizma da bi se filistarski bacio kamenom na ove mladalačke pobune; napomenuću samo da se ili precenjuje njihova rsprostranjenost ili potcenjuje njihova dubina. Rasprostranjenost: one se odnose samo na prolazni period koji ubrzo prekriva prilagođavanje starijeg doba; dubina: one u sebi sadrže najradikalnije opovrgavanje života u savremenim društvima i do dna razotkrivaju problem, s jedne strane, zato što ukazuju na ljudsku bedu na kojoj se zasnivaju društva koja sebe smatraju za najbogatija — u ekonomskom ili ideološkom smislu, — s druge strane, što kao potporu mogu da nađu samo nihilistički bezdan u koji su se survale velike transcendentne ideje.)

Drukčije rečeno, masovna kultura se prilagođava već prilagođenim i prilagođava one koji se mogu prilagoditi, to jest ona se uključuje u društveni život tamo gde joj ekonomski i društveni razvitak pružaju dobru i plodnu zemlju; mladalačka pobuna ne može dugo da traje i mora da bude integrisana u novi i veliki potrošački sloj koji pristaje na novi način života. I, dakle, baš na srednjem nivou društava Zapada odvija se njena kružna dijalektika, dopuštajući posredstvom imaginarnog da se rađaju životne potrebe, ali podstičući ih kasnije u pravcu težnje ka blagostanju i sreći. Na svakom drugom mestu ova dijalektika je ili poremećena ili izaziva poremećaje.

Ali bilo da je poremećena bilo da izaziva poremećaje, ona prihvata i raznosi izvan svog funkcionalnog okvira, to će reći po celoj planeti, snažne uzore novog života.

Tako se ona prilagođava i punoćama i šupljinama one civilizacije čiji je proizvod, spaja snagu i slabosti svog razastiranja po svetu.

DUŠA TEHNIKE

Priroda i uloga masovne kulture ne iscrpljuju se samo u odnosima projekcija-identifikacija, realno-imaginarno, puno-prazno, koji odgovaraju novoj struji civilizacije Zapada. Proizašla iz tehničkog, industrijskog, kapitalističkog uspona najrazvijenijih građanskih društava, ona dijalektizira odnose sadržaja građanske civilizacije i tehničko-industrijsko-kapitalističkog sistema, aktualizirajući mogućnosti neodvojive od tehnike, industrije, kapitalizma, kao da na taj način stvara indukovane struje u okviru globalnih procesa.

Tehnika menja odnose među ljudima i odnose između čoveka i sveta; ona objektivizira, racionalizuje, obezličuje. Izgleda kao da sve mora da se svede na brojke. Postoji tehničko postvarivanje koje treba razlikovati od fetišističke »reifikacije«, u koju se unosi potreba za posedovanjem, kao što postoji i jedno, novo u pravom smislu reci, otuđivanje, koje rađaju kvantifikacija i apstrakcija.

Masovna kultura je proizvod moderne tehnike, ona daje svoj doprinos apstrakciji, zamenjujući tela slikama, ali je u isto vreme reakcija na svet apstraktnih odnosa. Apstraktnom i postvarenom realnom ona suprotstavlja imaginarno vraćanje na kvalitet i konkretno. Ona humanizira, služeći se tehnikom protiv tehnike, naseljavajući tehnički svet prisutnostima kao što su — glas, muzika, slike. Kao što su stari bili okruženi fantomima, duhovima, svugde prisutnim dvojnicima, tako isto živimo i mi, civilizovani ljudi XX veka, u svetu u kome tehnika vaskrsava tu staru magiju.

Zahvaljujući tehnici, takođe, motorizovani vikendi i godišnji odmori nam dozvoljavaju da opet pronađemo

izgubljenu prirodu; sportovi nam dozvoljavaju da pronađemo svoje živo telo; berbe, lov i ribolov nam dozvoljavaju da povratimo ponašanje primitivnog čovečanstva; igre nam dozvoljavaju da povratimo svoje dečje duše.

Povraćaj izgubljene prošlosti, igračkim prevazilaženjem tehniziranog života, što je inače svojstveno savremenoj dokolici, ide u istom pravcu kao i masovna kultura. Masovna kultura snažnim prodorom uvodi ponovo kvalitet i konkretno (sreću, ljubav) u svakodnevni život; umnožava osećajne odnose, neprekidno podstiče lični život. Ovako uzeta, masovna kultura može biti shvaćena kao antiotuđivanje (podrazumevajući da jedno otuđivanje ukida drugo). Ona nas ne uvodi toliko u tehnički život koliko u to kako netehnički živeti u tehniziranom svetu.

Ova antitehnička struja se, u stvari, pridružuje snažnoj struji tehnike, koja impilcira, kako je, posebno to podvlačeći, rekao Kostas Akselos (Kostas Axelos), komplementarnu i antagonističku afirmaciju subjekta i predmeta, jednog ego i jedne res.[2] Afirmacija tehničke predmetnosti odgovara afirmaciji čoveka-subjekta. Civilizacija koja sve svodi na predmete nužno povećava subjektivnu stranu onih koji su jači, koji prisvajaju ili troše predmete. Ukoliko svet postaje opredmećeniji čovek postaje sve subjektivniji. Ova primedba ne sme postati šematizovana, jer, uistinu, tokom razvoja tehničke civilizacije, opredmećivanje je čvrsto podjarmilo sebi neke delove ljudskog života (radno vreme, plate, cene, organizaciju, racionalizaciju, apstrakciju, kvantifikaciju, postvarivanje). Ali isto tako je u logici ovog

[2] Kostas Axelos, *Marx, penseur de la technique,* Editions de Minuit, 1961.

razvoja da dodatak subjektivnosti može da uravnoteži dodatak predmetnosti, da, na primer, opredmećivanje života na poslu može da izazove subjektivaciju života van posla.

Otuda ona dijalektička protivrečnost koja se ujedno odnosi na ljude i na predmete tehniziranog sveta. U samom svom biću ljudi trpe procese opredmećivanja, ali u isto vreme oni subjektivizuju svoj lični život, sve više se individualizuju. Predmeti postaju stvari, alatke, instrumenti, ali u isto vreme se napajaju subjektivnim, afektivnim estetskim vrednostima. Stoga dvostruka priroda masovne kulture, tehnička i antitehnička, apstraktna i konkretna, ona koja opredmećuje i ona koja subjektivizuje, industrijska i individualistička, nalazi svoju osnovu u osnovi same tehnike.

Ova značajna dvojnost se nalazi na industrijskom i kapitalističkom nivou u različitim oblicima. Naivni moralisti prve polovine veka nisu mogli da zamisle niti da shvate da industrijski standardi potrošnje mogu biti istovremeno vitaminizirane tablete za dušu i pilule za personalizaciju. Oni nisu mogli da zamisle masovni individualizam. Isto tako, bilo je teško zamisliti i shvatiti da bi kapitalizam, usmeren na materijalnu dobit, u tom samom traženju, ispitujući i koristeći imaginarne kontinente, mogao uopšte podstaći subjektivni život.

Stvarno, tehnika, industrija, kapitalizam nose u sebi realističku civilizaciju koja zemaljsko ispitivanje bôji snažnim subjektivnim elanom. Ali ovaj realizam onda utoliko više daje duše empirijskom svetu. Upućuje tu navalu subjektivnog prema živoj i smrtnoj jedinki.

POJEDINAC KAO PRIVATNA LIČNOST

Tehničko-industrijsko-kapitalistički razvitak na sebe prima građanski individualizam. On ga integriše menjajući ga. On ga menja uopštavajući ga počev od potrošačkih standarda.

Era potrošnje tek počinje, još uvek je usko ograničena. Ona je tek u povoju, još uvek sasvim lokalizovanom, i još neočvrslom, ako se imaju na umu veliki antagonizmi koji postoje u svetu. Masovna kultura hvata korena u potrošačkoj fazi tehničko-industrijsko-kapitalističko-građanskih društava. Odgovara životu u kome glad više nije problem, u kome se smanjuje breme najosnovnijih potreba, u kome čovek potrošač zauzima sve važnije mesto.

A taj čovek je libidinozno biće u odnosu na malograđanina iz prošlosti kojeg je uvek obuzdavala briga za štednjom, moralom, religijom. Još uvek su jake inhibitorne reze koje ga koče, ali svugde želja za zadovoljavanjem želja prodire u život. Kapitalizam je veliki činilac savremene libidinizacije, ističući najpre korist, potom potrošnju, a novac *uvek*... A novac bi hteo da se nekako izvuče, da se uloži, sve više da se potroši. Masovna kultura u tome pomaže. Ona ume želje da preobrazi u snove, a snove u želje. Računa na polimorfni Eros, a i sama je jedan lik tog polimorfnog Erosa. Ali, kao što smo već videli, ona upravlja Erosom ne samo da bi izazvala čula već i da bi zasitila dušu. Uvek iznova i opet sjedinjujući Erosa i Psihu, ona svoje stimulanse upućuje prema subjektivnosti jedinke koja traži svoja lična zadovoljenja.

Čovek potrošač nije samo čovek koji sve više troši. To je jedinka koja prestaje da se interesuje za ulaganje novca. U tradicionalnom društvu, ako su osnovni uslovi

bili osigurani, lični život se vezivao za brigu oko domaće akumulacije. »Sredinom XX veka težnja za akumulacijom je ustupila mesto težnji za primanjem, a njoj je svrha trošenje«, prema Fromovoj formuli. Prodaja na kredit, socijalno osiguranje, dodaci na položaj, osiguranja svih vrsta, pravo na penziju teže da oslobode jedinku stare porodične akumulacije i brige oko štednje. Država, velika preduzeća, u *Welfare-State* ili u društvu u kome vlada blagostanje prihvataju se dužnosti oko investiranja.

Ova provalija koja deli pojedinačno telo od društvene grupe se proširuje i na drugi teren. Ljudski sadržaji blede u snažnim tehničko-birokratskim sistemima. Svet proizvodnje i organizacije postaje bezličan i hladan, prepušten stručnjacima, eliti vlasti i logici vlasti. I dok velike Organizacije zanemaruju ili ruše konkretnog čoveka, ovaj može naći ili povratiti svoje interesovanje, upućenost, zadovoljstvo u potrošnji, dokolici, ličnom životu.

Tako velika dvojnost teži da se ostvari između čoveka potrošača, s jedne strane, države investitora — s druge, pojedinca kao privatnog lica, s jedne strane, i birokratizovanog sveta — s druge; atomizovanog bića s jedne, i velikih državnih aparata — s druge strane. Čim se oseti oslobođenom brige oko svog opstanka, oko svoje starosti i budućnosti svoje dece, od trenutka kad se nađe automatizovana na svom poslu i slaba pred moćnim silama, od trenutka kad joj se otvore mogućnosti za potrošnju i dokolicu, jedinka će *tražiti da troši svoj sopstveni život.*

Pojedinac kao privatno lice hoće da troši svoj sopstveni život, teži da sadašnjosti dâ vrednost. Uostalom, sve više je i inače lišena prošlosti; ova je više ne uči mudrosti i pravilima života; stare vrednosti i velike trascendentne vrednosti smrvio je sve ubrzaniji tok stvari.

Ovaj čovek sve češće lišen prošlosti sve češće je lišen i budućnosti. Oslobođen briga oko akumulisanja, on se i ne usuđuje da zamišlja neverovatnu budućnost. Tradicionalne opasnosti rata sada su uzele lik velike apokaliptičke pretnje. Perspektive napretka su uzele lik vizija naučne fantastike.

I tako, dok država uspostavlja odnose sa prošlošću i budućnošću, jedinka se vezuje za snažno opravdanje sadašnjeg života: uživati i naći sebe.

Masovna kultura suštinski odgovara na taj lični »hiperindividualizam«. Tačnije: ona doprinosi da posredničke veze oslabe — od porodice do društvene klase — da bi se stvorio pravi aglomerat jedinki — masa — pred nogama društvene Super-mašine.

Ona se okreće od svega što se odnosi na Vlast, Državu, Organizaciju, Rad, na kolektivne strasti, sem ako to nisu ludičke strasti. Često zanemaruje porodicu, nikada par.

Jedinka koja kida veze sa prošlošću i koja ne ulaže ništa u ono što je s onu stranu njenog sopstvenog života mogla bi u filmskim junacima da pronađe malo preuveličanu sliku svog sopstvenog života: junaci bez prošlosti, bez budućnosti koja bi bila nastavak *happy* end-a, a koji odgovaraju na poziv: »nađite sebe«.

Standardi kulturne industrije — mitovi ili uzori, mitovi i uzori — izražavaju kulturnu plimu i oseku u sektoru ličnog života. Uvek se obraćaju pojedincu kao privatnom licu. To su mitovi-uzori ličnog potvrđivanja, lične sreće.

Ovaj individualizam je naslednik malograđanskog individualizma, ali su mu tehničko-industrijsko-kapitalističko-potrošačke odrednice, kao i dinamizam svojstven

*

masovnoj kulturi, ubrizgali razne dodatke, preradili ga, vitaminizirali.

U ovom smislu masovna kultura malograđanskoj sebičnosti pruža uzore prestiža, društvenog položaja, samozadovoljstva, kao što svakodnevnoj osrednjosti pruža svoju imaginarnu naknadu. U jednom drugom smislu ludičko-estetička struja delimično prepravlja utilitarističku malograđansku svest; libidinozno-erotska struja upola otvara teška vrata zabranjenih uživanja; mladalačka struja taloži svoje nanose u životu starijih i podstiče na življenje. Spoj libidinoznih, potrošačkih, ludičko-estetskih, mladalačkih težnji podmlađuje malograđanski individualizam kao Bogomolecov* serum.

Istinu govoreći, masovna kultura istovremeno infantilizira i podmlađuje. Postoji infantilna regresija u shvatanju o brzom, atomizovanom životu, koje se okreće od onoga što stvarno predstavlja problem: život u društvu i život u istoriji, nemoć i snaga čoveka. Ali postoji takođe isticanje kretanja svojstvenog razvitku ljudske vrste, a to je podmlađivanje.

DUH VREMENA

Novi individualizam, koji izbija iz malograđanskog individualizma, razlikuje se i od klasičnog hedonizma. Ovaj poslednji, sav upućen radosti trenutka, očigledno nije poznavao ono što je možda najnoviji prilog masovne kulture: *učešće u sadašnjosti sveta.*

* Bogomolec, Aleksandar Aleksandrovič (1881—1946), istaknuti sovjetski fiziolog i poznati društveni radnik. — *Prim. prev.*

Kamera i mikrofon, koji hvataju i prenose ono trenutno, to su uređaji gotovo predodređeni za kulturu blisku neposrednoj stvarnosti. U principu, međutim, kamera i mikrofon se isto tako koriste za registrovanje i čuvanje, to znači za kolektivno pamćenje. Ali ova njihova funkcija je oslabila usled snažnog razvoja neposredne funkcije, pod pritiskom civilizacije sadašnjosti, koja je, povrh svega, bila određena kamerom i mikrofonom.

Masovna kultura daje prednost sadašnjosti na celom ogromnom frontu koji obuhvata i podstiče ono što je aktuelno.

Ona nastoji da poruši *in illo tempore* mitova i zameni ga jednim »desilo se to ove nedelje«. Mitološko nakalemljivanje na savremenost održava običnu epopeju čiji su junaci savremeni olimpijci. Pre dva veka reklo bi se u priči: »Neki persijski car je bio tužan jer njegove žene nisu bile plodne. Oterao je ženu koju je voleo i njegovi izaslanici su u svetu potražili onu koja bi mogla da mu dâ naslednika«. *Frans-dimanš* i *Isi-Pari* ne samo što imaju stvarnog osnova da se dohvate ove teme (Iranski šah zaista postoji, on je oterao Soraju i oženio se Farah Dibom, koja mu je dala dete); njima je potrebno da umeću ovakve epizode u dnevne novosti, da mit unesu u fenomenalnu stvarnost.

Uporedo s tim, stalno podsticanje na potrošnju i promenu (reklama, moda, razne pomodne struje i talasi), stalna navala fleševa i senzacionalnosti se sjedinjuju u ludom, ubrzanom ritmu, gde se sve vrlo brzo troši, brzo smenjuje — šansone, filmovi, frižideri, ljubavi, automobili. Obnavljanjem modâ, pomodnosti i struja, vrši se neprestano pražnjenje. Jedan film ili zabavna melodija žive jedno leto, ilustrovani časopisi nestanu tokom jedne sedmice, a novine za jedan sat. Takozvanu večnu umet-

nost smenjuje blještavo vreme uspeha i fleševa, burna navala dnevnih novosti. Sadašnjost, stalno nova, natapa se masovnom kulturom. Neobična sadašnjost, jer je ujedno i doživljena i nedoživljena; doživljena je mentalno dok telo živi običnom, uvek istom svakidašnjicom (ustaje se u isto vreme, u isto vreme se jede i tako dalje); tek je olimpijci potpuno doživljuju. Ali ova sadašnjost koju obični ljudi doživljuju samo očima i ušima deluje kao vakuum-čašice na duh. Ubrzano i ubrzavajuće vreme, koje nosi sobom svoje saputnike, povećava privrženost sadašnjosti u stalnom pokretu.

Privrženost i vezanost za sadašnjost čine od masovne kulture kulturu sveta u nastajanju, ali, iako kultura u nastajanju, to nije kultura nastanka. Ona čoveku dopušta da prihvati ali ne i da usvoji njenu prelaznu i evolutivnu prirodu. Kultura večitog i promenljivog današnjice pruža »nestrukturisani niz sadašnjih trenutaka« (2. Gabel, *Lažna svest,* rukopis, str. 174). Ona doprinosi novom konformizmu, koji je Vajt (Whyte), mlađi, nazvao »savremenstvo«, a koji od sadašnjosti čini apsolutni referenci jalni okvir. Ta privrženost sadašnjosti atomizuje vreme kao i jedinku... Ali u njoj ima jedino slepila, bekstva ili zabave. Ubrzano nastajanje jedne civilizacije projicirane u nepovratnom vremenu ogolelo je velike transcendentne vrednosti. Na to mesto dolaze vrednosti zasnovane na potrošnji sadašnjeg života. Postaje dominantno osećanje da treba tražiti istinu i smisao u fenomenalnoj spoljašnjosti. *Postojeće* je odsada suštinska stvarnost.

Masovna kultura teži da duh podvede pod sadašnjost. Istovremeno, ona vrlo snažno podstiče duhove da se kreću u pravcu jednog »drugde«. Imaginarno »drugde« uvek je pratilo društva i ljude najviše sebi okrenute. Ali naša civilizacija na svoj način otkriva, i to na po-

sebno *ekstenzivan* način, ovu važnu osobinu koja od čoveka pravi »biće daljina«, čiji duh večito luta horizontima svog života.

Odsutna lica onih koji sasvim mehanički rade svoj sitni, iseckani posao. Pogledi »negde drugde« ljudi po metrou, autobusima. I za stolom za kojim se okuplja cela porodica, novine ili televizija opet odvlače na ono »drugde« ... Ti pogledi nisu upereni ka nebu religijskih mitova, već lutaju uporednim svetovima koji su iste prirode kao i masovna kultura.

Nije to »drugde« samo »drugde« slobode, pustolovine, podzemlja, budnih snova, to »drugde« je takođe »drugde« planetarne sadašnjice. A televizija zaista ostvaruje sveprisutnost toga »drugde« — u krajnjem nepomeranju ovoga ovde. Mnogostruki koncentrat kosmosa svakodnevno se pruža televizijskom gledaocu u papučama.

Vrednost ovog »drugde« ne absorbuje jedno »ovde«, niti »ovde« absorbuje »drugde«. Obrazuje se prava dijalektika od ovih »ovde-drugde« i »drugde-ovde«, koja se uključuje u višu dijalektiku masovne kulture: u isto vreme dok snažna centrifugalna sila tera duh prema onom »drugde«, gravitaciona sila potrošačkog individualizma podseća na mentalne sputnjike.

Ne dolazi, dakle, do propadanja individualne prisutnosti u tom »drugde«, već, putem fantomatičnog ukrštanja sa planetarnim novostima, dolazi do uključivanja duha *koji tka sve šire i postojanije prostorno polje od ovih »drugde-ovde«* i *»ovde-drugde«, odnosno novi odnos sa prostorom, sa svetom.* Suština masovne kulture da spaja, da prenosi, ispoljava se i u sposobnosti da donosi, povezuje, posreduje. Egzotika postaje sve bliskija, nepoznato sve manje i manje neobično... Do-

duše, i obrnuto, ukoliko nepoznato postaje bliskije, utoliko 'ono što je blisko postaje nepoznatije ...

Tako nas masovna kultura dovodi do novog odnosa lišenog starih veza, nestalnog, koji lebdi u odnosu na vreme i prostor. Ovde opet susrećemo duševnu kompenzaciju zbog života čvrsto vezanog za jednolične sate svakodnevnog rasporeda. Ali ima tu nešto više od kompenzacije: učešće u *Zeitgeist-u,* u Duhu vremena, koji je istovremeno površan, ništavan, epski i zanosan. Masovna kultura ne počiva na ramenima Zeitgeist-a, ona je okačena o njegove peševe.

Postoji, u ovom novom odnosu sa prostorom i vremenom, neka vrsta infrahegelovskog učešća u biću — u nastajanju sveta; ali, u isto vreme i neka vrsta infraštirnerovskog osećanja jedinstvenosti individualnog postojanja.

Ali, postoji i teskoba koja stalno treba da obuzima ljudsko biće, koje, kad postane sve, zna u isto vreme da nije ništa. Masovna kultura odbacuje tu teskobu, kako kosmičkim zabavama, tako i mitom o sreći ili traženjem sigurnosti.

Istinu govoreći, teskoba izlazi kroz sve pore masovne kulture, ili, tačnije, ona, prognana, izlazi zajedno s promenama, nemirima, potresima, napregnutim iščekivanjima, predstavama prevara, zamki, napada, ubistava ...

Stoga se u masovnoj kulturi nikad ne susrećemo sa dubokim pitanjima čoveka u sukobu sa samim sobom, sa životom, sa smrću, sa velikom tajnom sveta. Nema one antropološke pobune, nema Edipa i Sfinge, nema vrtoglavog poniranja u ćudljivosti života, jer se sve odvija na horizontali, po površini stvarnih i imaginarnih zbivanja, i u pokretu. I ne treba zaboraviti da masovna kultura sve ulaže u ono što je u pokretu: vestern, detektivski ili, još pre, kriminalni roman ili film, snažnu

komičnu ili kosmičku zaluđenost, naučnu fantastiku, američko-afričke igre i ritmove, radio-reportažu, kratke vesti, fleševe. Ta delà nisu stvarna za razmišljanje u tišini, već za one koji su privrženi ludom, snažnom, jasnom ritmu »Duha vremena«.

Tužni fantomi transcendentnih značenja, gorčinom ispunjeni kritičari Duha vremena su zaslepljeniji nego slepi jadnici, koje oni sa prezirom posmatraju; oni ne znaju da ono što je mrtvo nije toliko Bog koji se krije negde u svetu, već Biće.

Čak neka i prvenstvo aktuelnog nad stalnim, površnog nad suštinskim, potpuno izmeni shvatanje kulture (ali šta onda ostaje i gde je bit svega toga?), masovna kultura će nas i dalje vezivati za tip života kojim već živimo. Čak i ako naša učešća u planetarnim daljinama dovedu do iščezavanja starih učešća, to neće sprečiti masovnu kulturu da nas odvuče putem ljudske avanture, ubuduće kosmopolitske. Masovna kultura, koja odgovara čoveku na izvesnom stupnju razvoja tehnike, industrije, kapitalizma, demokratije, potrošnje, dovodi ovog čoveka u vezu sa prostorom-vremenom ovoga veka.

Taj čovek je zatvoren u najuži individualni partikularizam, ali njegov zatvorenički duh je otvoren prema planetarnim horizontima. Podređen je osnovnom dvostrukom ritmu, identifikativnom i projektivnom, centripetalnom i centrifugalnom, ritmu koji osnažuje ali i ispunjava nestvarnim, koji doseže do neviđene širine u naglašenom potvrđivanju ličnog života i u snažnom bilu novog prostora-vremena.

Tako se kroz masovnu kulturu izražava dvostruka i protivrečna antropološka potreba, koju svaka kultura otkriva a potom usmerava svojim putem: samopotvrđivanje i kosmičko učestvovanje.

BUDUĆA STRUJA?

Masovna kultura, koja doprinosi evoluciji sveta, i sama je evolutivna po prirodi. Površinski se razvija po pomamnom ritmu novosti, fleševa, mode, pomodnih noviteta, talasa; dubinski se razvija prema društvenom i tehničkom razvoju: aktivna je tehnika koja na tržištu kulture potrošnje podstiče potražnju, kao i potražnja koja podstiče tehniku. Masovna kultura je mnogo više vezana za evolutivne procese nego kulture koje nameće autoritet ili tradicija, kao što su školske, nacionalne ili religijske kulture.

Ne možemo, dakle, esencijalizovati ono što je u razvoju. Masovna štampa i film su uzeli zamah pre pedeset godina, radio pre trideset, a televizija pre deset godina. Nova struja se oformila tridesetih godina; veličanje mladalačkih vrednosti je naročito naglašeno u novom talasu mladalačkog doba pedesetih-šezdesetih godina. A biće novih razvoja, kako u tehnici sredstava za komunikacije tako i u samim komunikacijama.

Ovaj razvoj, usko vezan za istorijski hod jedne civilizacije, može da bude poremećen u onoj meri u kojoj se i sam hod poremeti. Opšte smanjenje potrošnje i, prirodno, novi svetski rat mogli bi da zaustave zalet masovne kulture, da izmene njene funkcije, razruše njenu tematsku arhitekturu. Da tačnije kažemo, masovna kultura je podjednako i krhka i pobednica; krhka je u meri u kojoj zavisi od protivrečnosti svetskih kriza, pobednica u meri u kojoj se temelji na najvažnijim procesima tehničkog doba...

Ako isključimo pretpostavku o regresiji tehničko-industrijsko-potrošačkog poleta, u Sjedinjenim Državama i Zapadnoj Evropi, mogli bismo pokušati da sagledamo blisku budućnost.

Izvesni znaci promena se već javljaju u samom okviru nove struje. Internacionalni tokovi nezavisnog filma i filmski klubovi, klubovi knjiga i ploča, »treći programi« tipa BBC, pokušaji »kulturne« televizije, na primer u Čileu ili Francuskoj, izgleda da označavaju stvaranje nove sfere, koja bi mogla da napusti orbitu masovne kulture da bi se priklonila »visokoj kulturi«.

Druge promené se ondose na samu srž masovne kulture. Olimp je zahvaćen bolešću. On, doduše, ništa nije izgubio od svoje životnosti. Ova bolest nije smrt koja odnosi olimpijske filmske veličine, kao što su Tajron Pauer, Klerk Gebl, Gari Kuper, a niko nije uspeo da u punoj meri zameni ove titane; nastavlja se pokret koji olimpijce svodi na osrednju meru. Zlo potiče s jednog drugog mesta. Olimp nije porušen, on je nagrizen: u pitanju je kriza sreće na Olimpu. Martina, Merilin, Liza, Rita, Brižita ne nalaze svoju sreću. Margareta je patila, Elizabeta i Soraja pate. Nesigurnost, depresije, pa čak i pokušaji samoubistva sada više otkrivaju teškoće nego mogućnosti za ostvarenje sreće. Unutrašnja stvarnost, odnosno život kojim žive olimpijci, nagriza mitologiju Olimpa. Masovna kultura može, istina, da prikrije, kao što je i ranije činila, »neuravnoteženosti« čije bi razotkrivanje moglo da unese nemir u većinu smrtnika (homoseksualnost, droge itd.). Ali se ne može uzdržati da svojim flešеvima ne osvetli razvode Rite Hejvort, razdvajanje Šaha i Soraje, bolno izgnanstvo Martine Karol na Tahite, Merilinine pilule za spavanje, tugu napuštenog Vadima, neuspeli brak Fransoaze Sagan, stalna Brižitina razočarenja. Masovna kultura već upravlja svoje reflektore prema gorčinama *Dolce Vita*. Antonioni i Bergman, koji govore o teškoćama života, nisu više sasvim strani.

Između nesreća koje pogađaju Olimp i *happy end-a* stvara se čudna protivrečnost. Da li će *happy end* moći da zadrži svoju trijumfalnu vladavinu ako Olimp prestane da bude idealno srećan? Da li je zlo koje pogađa Olimp preteča dubljeg zla koje će pogoditi (ali kada?) samu srž modernog individualizma? Da nećemo biti svedoci rađanja novih teškoća življenja, koje više nećemo morati prikrivati euforizirajućom mitologijom, već ćemo se morati suočiti s njima?

Napukline se već pojavljuju.

Život koji manje robuje materijalnim potrebama i prirodnim nesigurnostima, s jedne strane, a s druge — sve više potčinjen tričarijama. S jedne strane, bolji život, s druge — prikriveno nezadovoljstvo. S jedne strane, manje naporan rad, s druge — rad lišen ličnog interesovanja. S jedne strane, porodica koja manje opterećuje, s druge — teret usamljenosti. S jedne strane, pokroviteljsko društvo i država koja zaštićuje, s druge — smrt, i dalje neukrotiva i besmislenija nego ikad. S jedne strane, razvijenije veze među ljudima, s druge — nestabilnost ovih odnosa. S jedne strane, slobodnija ljubav, s druge — krhkost te ljubavi. S jedne strane, emancipacija žene, s druge — nove neuroze žena. S jedne strane, manja nejednakost, s druge — više sebičnosti.

Da li će se ove naprsline produbiti u pukotine? Do kojih granica ćemo želeti, a potom podnositi bitisanje koje je tako priklonjeno sadašnjem i površnom, mitologiji sreće i filozofiji sigurnosti, priklonjeno životu u staklenoj bašti ali bez korena, snažnoj razonodi i delimičnom uživanju? Dokle će se ostvarivati moderni individualizam a da ne podlegne raspadanju?

U kojoj meri će buduća evolucija masovne kulture prikriti ove probleme, ili će se, naprotiv, suočiti sa novim teškoćama bitisanja? Do koje mere će teškoće

postizanja sreće zameniti euforičnu sreću kao glavna, tema?

Ali treba da se čuvamo opasnosti od izdvajanja ili hipostaziranja ovog problema. Hteo sam da istaknem da — dok je čovečanstvo u celini izloženo gladi i potčinjenosti, još uvek u znatnoj meri s ove strane blagostanja, sreće, novog individualizma, mi ne možemo razmatrati onu drugu stranu blagostanja, sreće i novog individualizma. Mi živimo u vremenu krajnje nejednakosti razvoja, u kome se javljaju problemi ove i one strane, a to znači da se takođe javljaju njihove promené i njihova evolucija.

Možemo opaziti da svaka nova pozitivnost koja se uspostavlja u svetu pokreće novu negativnost, da svako puno izaziva prazno, da svaka zasićenost priziva teskobu, da se čovekov hod kreće u okviru dijalektike zadovoljstva i nezadovoljstva, da napredak vrši poremećaj u potpunosti i pojedinačnosti ljudskog bića, ne umanjujući ih.

Ali u isto vreme možemo opaziti da ako i nema magijskih odgovora na protivrečnosti postojanja, ove protivrečnosti stalno dejstvuju, i to može stvoriti neke odgovore, koji ni sami neće biti statični.

Možemo, najzad, videti i sledeće: u masovnoj kulturi postoji *druga stvar,* jedno s ove strane i jedno s one strane, što je spaja s dubokim zbivanjima u ljudskom rodu, postoji nešto kao plod badema u ljusci mitova pojedinca kao privatnog lica. U individualističkoj fiksaciji postoji nešto kao saliveno, izliveno, sraslo, postoji iščekivanje i hiljadugodišnje traženje veće dobrote, veće milosti, veće ljubavi i veće slobode. U velikom odmoru i

u velikoj Praznini je vrlo staro pitanje koje neodređeno traži odgovor: šta može, šta treba da učini čovek od svoga života, kada pređe granicu svojih potreba? Postoji u čoveku koji, izgleda, mora da se krije kao neki rak-samac ispod raznovrsnih predmeta svoga vlasništva, šlepa težnja za održavanjem veza s drugim. Postoji, naročito zahvaljujući video-ekranu, izvesna veza između malograđanina televizionara i kosmonauta koji plovi prostorom, a to je, makar koliko bila majušna, veza sa otkucajima bila sveta, sa Duhom vremena ...

U šta će se pretvoriti ovi fermenti, ovi sokovi, dok čoveka sve više bude osvajala neobična tehnička avantura, koja mu otvara ne samo kosmičke horizonte već i mogućnosti za potpuni unutrašnji preobražaj, za nečuvenu promenu? Ima suviše zamršenih promenljivih veličina, postoji suviše nesigurnosti, suviše veliki preapokaliptički napon, da bismo se sada usuđivali da predviđamo. Ali možda se, pred našim očima, i od razjedinjenih delova već ocrtava majmunski začetak — kosmopitek — jednog bića (koje bi imalo više svesti? i više ljubavi?) koje bi moglo da se suoči sa onim što se rađa i da preuzme na sebe kosmičku ulogu.

»

Bibliografija

UVOD U BIBLIOGRAFIJU

Ova knjiga je posvećena »masovnoj kulturi«. Većina socioloških radova se odnosi na »sredstva masovne komunikacije«. Značenja ova dva izraza se u izvesnom smislu ukrštaju: sredstva masovne komunikacije prenose masovnu kulturu. Ali, u stvari, perspektiva »sredstava masovne komunikacije« nas sprečava da shvatimo problem »masovne kulture«.

Sociologija sredstava za masovnu komunikaciju, rekao je Merton, jeste tipična grana američke sociologije. Tu je baš ta sociologija stvorila novo polje, isprobala nove metode istraživanja, postigla rezultate. Ali korišćene kategorije cepkaju kulturno jedinstvo koje postoji u sredstvima masovne komunikacije, istorijski date ne uzimaju u obzir i, na kraju, dostižu bilo nivo posebnosti koja se teško uopštava, bilo nivo nekorisne opštosti.

Ono najbolje u američkoj sociologiji u oblasti masovnih komunikacija se potrudilo da gledaoca ili čitaoca reintegriše u socijalne grupe kojima pripada, ali, pošto je taj napor učinjen, opet smo na polaznoj tački: publika nije meki vosak u kome sredstva za masovnu komunikaciju utiskuju poruke, postoji kompleksno tkivo društvenih odnosa koji utiču na odnos odašiljalac-primalac. Nije neskromno reći da smo to naslućivali.

Iz tih razloga mnogobrojni radovi iz oblasti sociologije sredstava masovne komunikacije ne predstavljaju osnovu na kojoj bi se mogla izgraditi sociologija masovne kulture uostalom, kada američki sociolozi i postavljaju problem

masovne kulture, on je postavljen samo kao pitanje opredeljenja — za ili protiv.

To stvara velike teškoće pri pravljenju bibliografije. Ona bi bila gotovo lišena socioloških" radova ako bi se odnosila samo na masovnu kulturu, jer masovna kultura nije bila predmet ni razmišljanja ni proučavanja, već se o njoj prosto raspravljalo. Bibliografija bi bila preobilna ako bi se odnosila na sredstva masovne komunikacije, a ipak ne bi mogla da se prilagodi temama moje studije.

Izabrao sam polovično rešenje. Ova bibliografija će biti podeljena na dva delà. Prvi je sređen, u većoj ili manjoj meri, prema poglavljima u mojoj knjizi, i ja sam tu uneo, manje ili više veštački, radove različitog porekla. U drugom delu sledim tradicionalnu klasifikaciju u pogledu sredstava masovnih komunikacija, ali je jasno da nije u pitanju iscrpna bibliografija; ona je selektivna — nekad nužno, nekad proizvoljno.

Nužno: na primer, odbacujem sve što se direktno odnosi na sredstva masovnih komunikacija i politike, odnosno naročito na političku propagandu, jer masovna kultura ima svoje mesto izvan polja političke akcije.

Proizvoljno: kažem — proizvoljno, jer je moj izbor bio uslovljen ponegde reprezentativnim karakterom navedenog rada, a ponegde njegovom zanimljivošću za mene.

Prvi deo

MASOVNA KULTURA

I — OPŠTI PROBLEMI

A. ZLOSLUTNICI

Opšti problemi masovne kulture su dotaknuti u nekoliko eseja u kojima evropski pisci ili mislioci najavljuju novo varvarsko doba, za koje bi bila odgovorna bilo tehnika, bilo nadolazak masa na pozornicu, bilo i jedno i drugo; primeri:

COHEN-SEAT (G.), u saradnji sa BREMOND (C); *Problèmes actuels du cinéma et de l'information visuelle* (2 toma), Paris, Cahiers de filmologie, 1959.

DUHAMEL (G.): *Scènes de la vie future,* Paris, Mercure de France, 1930.

ORTEGA Y GASSET (J.): La *révolte des masses,* novo izdanje, Paris Stock, 1961.

B. NOVO POLJE SOCIOLOGUE

Počev od tridesetih godina, zatim snažnije tokom drugog svetskog rata, a naročito posle rata, američka sociologija iz različitih uglova počinje da proučava oblast štampe, radija, filma, reklama, zatim televizije. Ocrtavaju se nova polja istraživanja, koja se, uostalom, često i ukrštaju: *mass-communications* (sredstva masovnih komunikacija), *mass-leisure* (masovna dokolica); novo polje interesovanja se nameće, *mass-culture.* Zbornici, tipa »readers«, rezimiraju rezultate radova i razmišljanja pedesetih godina.

Dva su rada posvećena baš masovnoj kulturi kao takvoj :

ROSENBERG (B.) and WHITE *(DM.)* ed.: *Mass-Culture,* Glencoë, The Free Press, 1957.

LARRABEE (E.) and MEYERSOHN (R.) éd.: *Mass-Leisure,* Glencoë, The Free Press, 1958.

Značajni zbornici se istovremeno odnose i na sredstva masovnih komunikacija i na masovnu kulturu:

BERELSON (B.) and JANOWITZ (M.) éd.: *Reader in public Opinion and Communication,* Glencoë, The Free Press, 1953.

BRYSON (L.) éd.: *The Communication of Ideas,* New York, Harper, 1948.

SCHRAMM (W.) éd.: *Communications in modern Society,* Urbana, University of Illinois Press, 1948.

SCHRAMM (W-) éd.: *Mass-Communications,* Urbana, University of Illinois Press, 1949.

SCHRAMM fW.) éd.: *The Process and Efects of Mass-Communications,* Urbana, University of Illinois Press, 1955.

A sad označimo zbornike, ali ne tipa »reader«, već zbornike koji sadrže izlaganja i izveštaje o istraživanjima:

LAZARSFELD (P.F.) and STANTON (F.N.) éd.: *Communications Research,* New-York, Harper 1949.
Studies in public Communication, I, II, III (uput, II deo, I).

Ovome se mogu dodati eseji, kao:

SELDES (G.): *The great Audience,* New-York, The Viking Press, 1951.
SELDES (G.): *The* public *Arts,* New-York, Simon and Schuster, 1956.

Jedna vrsta međunarodnog informativnog godišnjaka:

U.N.E.S.C.O.: Presse, *Film, Radio* (3 sveske), Paris, 1951.

Priručnik za američke koledže, sa zanimljivom analitičkom bibliografijom:

EMERY (E.), AULT (P.H.), AGEE (W.K.): *Introduction to Mass-Communications,* New-York, Dood, Mead, 1960.

Članak koji rezimira rezultate u ispitivanjima, 1959, o sredstvima masovnih komunikacija:

JANOWITZ (M.) et SCHULZE (R.): »Tendances de la recherche dans le domaine des communications de masse«, *Communications,* br. I, 1962, str. 16—17.

C. *PROBLEM MASOVNE KULTURE*

Opšti problem masovne kulture je postavljan naročito u manje ili više polemičkim člancima: najpre da se pozovemo na dva uvoda, jedan je za (B. Rozenberg), drugi protiv (D. M. Uajt) u zborniku *Mass-Culture* (već navedeno).

BERELSON (B.): „The great Debate on Cultural Democracy", *Studies in Public Communication,* br. 3, Leto, 1961, str. 3—15.
BROGAN (D. W.): „Haute Culture et Culture de masse", *Diogène,* br. 5, 1954.
COSER (L.): „Nightmares, daydreams and prof. Shils", *Dissent,* sveska 5 (3), 1958, str. 268—273.
FANO (E.): „I Poteri délia Televisione", Passato e *Présente,* br. 8, str. 1033—1042.
GANS (H.): „Pluralist Aesthetics and subcultural programming: a proposal for cultural democracy in the mass-media", *Studies in public Communication,* br. 3, leto, 1961, str. 27—35.

HORKHEIMER (M.): „Art and Mass-Culture", *Studies in Philosophy and Social Sciences,* br. 9, 1941.
LOWENTHAL (L.): „Historical perspectives of popular Culture", *American Journal of Sociology,* sveska 55, 1950, str. 323—332.
LOWENTHAL (L.): „Popular Culture: a humanistic and sociological Concept" (ronéotypé) in *IVe Congrès Mondial de Sociologie,* Stresa 1959.
„Mass-Culture and Mass-Media", *Dedalus,* specijalni broj posvećen masovnoj kulturi, proleće 1960.
MACDONALD (D.): „Culture de Masse", Diogène, br. 3, 1953.
MORIN (E.): „La vie quotidienne et sa critique", *La Nef.* br. 17, 1958.
ROSENBERG (H.): „Popular Culture and Kitsch-criticism", *Dissent,* Zima, 1958, str. 15.
SHILS (E. A.): „Daydreams and nightmares. Reflexions on the criticism of Mass-Culture", *The Sewanee Review,* fall 1957.
SOLMI (R.): „Televisione e Cultura di massa", *Passato e Présente,* br. 8, str. 1033—1042.
WILENSKY (H): „Social Structure, popular Structure, and mass-Behavior", Studies *in public Communication,* br. 3, Leto 1961, str. 15—22.

D. DELA KOJA POSREDNO RAZMATRAJU ILI OBUHVATAJU PROBLEME MASOVNE KULTURE

BARTHES (R.): *Mythologies,* Paris, Editions du Seuil, 1957.
FREYER (H.): *Théorie des Gegenwartigen Zeitalters,* Stuttgart, Deutsche Verlag Anstalt, 1958.
FRIEDMANN (G.): *Le travail en miettes,* Paris, Gallimard, 1956.
FRIEDMANN (G.): „Réévaluation des Société modernes", *Diogène,* 31, 1960, str. 62—74.
FROMM (E.): *The sane Society,* London, Rootledge and Kogan, 1956.
GALBRAITH (J. K.): *L'Ere de l'Opulence,* Paris, Calmann-Lévy, 1961.
GEHLEN (A.): *Die Seele in technischen Zeitalter,* Hamburg, 1957.

„Le Bien-Etre", *Arguments,* vanredni broj, serija 5, br. 22; 1961.
LEFEBVRE (H.): *Critique de la vie quotidienne,* Paris, l'Arche, sv. I, 1957; sv. II, 1962.
RIESMAN (D.): *Individualism reconsidered,* Glencoë, The Free Press, 1953.
RIESMAN (D.): *The lonely Crowd,* Yale University Press, 1952 (francuski prevod u izdanju Arthaud 1962).
WRIGHT MILLS (C): *White Collar,* New York, Oxford University Press, 1951.

E. POJAM »MASE« i »MASOVNE KULTURE«

BELL (D.): „The Theory of Mass Society'" *Commentary,* br. 22, 1956, str. 75—83.
BLUMER (H.): „The mass, the public, and public opinion", in Berelson and Janowitz, *Reader in Public Opinion and Communication* (već navedeno), str. 43—49.
FREIDSON (E.): „Communication research and the concept of the Mass", *American Sociological Review,* br. 18, 1953, str. 313—317.

II — KULTURNA INDUSTRIJA

ARCHER (G. L.): *Big Business and Radio,* New York, American Historical Company, 1939.
BÂCHLIN (P.): *Histoire économique du Cinéma,* Paris, La Nouvelle Edition, 1947.
BASTIAN (G. C), CASE (L. D.), BASKETTE *(F.* K): *Editing the Day's news,* New York, Macmillan, 4, 1956.
CHAPIN (R. E.): *Mass-Communications, a statistical analysis,* Michigan State University Press, 1957.
MERCILLON (H.): *Cinéma et Monopoles,* Paris, Librairie Armand Colin, 1953.
U.N.E.S.C.O.: *Presse, film, radio,* 3 sv., Paris, 1951.

III — ŠIROKA PUBLIKA

Vldeti najpre delà dalje navedena:

LAZARSFELD (odeljak Radio): *Radio listening in America,* str. 273; BOGART: *The Age of Television,* str. 274; HANDEL: *Hollywood looks at its Audiences,* str. 273.
(U Francuskoj su I.F.O.P. i Ï.N.S.E.E. sprovodili razne ankete koje su se odnosile na publiku *mas-media,* njen sastav, njen ukus.)
BAUR (E. J.) „Public Opinion and the primary Group", *American Sociological Review,* sv. 25, br. 2, str. 208—218.
CROZIER (M.): „Employés et petits fonctionnaires parisiens", beleške o dokolici kao sredstvu učešća u vrednostima građanskog društva, Esprit, vanredni broj o dokolici (vidi u odeljku „Loisirs").
DURAND (J.): *Le Cinéma et son Public,* Paris, Sirey, 1958.
KATZ (E.) and LAZARSFELD (P.): *Personal Influence,* Glencoë The Free Press, 1955.
LAZARSFELD (P.): „Tendances actuelles de la Sociologie des Communications et comportement du public de la Radio-Télévision américaine", *Cahiers de Radio-Télévision,* br. 23, 1959, str. 243—256.
LIPPMANN (W.): Public *Opinion,* New York, Harcourt Brace, 1922.
LYNESS (P.): „The Place of Mass-Media in the lifes of Boys and Girls", *Journalism Quarterly,* br. 29, 1952, str. 3—14.
SELDES (G.): *The great Audience,* New York, The Viking Press, 1951.
„The Peopl's Tastes in Movies, Books, Radio", *Fortune,* mart 1949, str. 39—44.

IV — UMETNOST I MASOVNA KULTURA

BENJAMIN (W.): „L'Œuvre d'Art à l'époque de sa reproduction mécanique", in *Œuvres choisies,* Paris, Julliard, zbirka „Lettres nouvelles", 1959.

GREENBERG (C): „Avant-garde and Kitsch", in ROSENBERG (B.), and WYTHE (D. M.), ed. *Mass-Culture* Glencoë, The Free Press, 1957, str. 98—107.
HORKHEIMER (M.): *Art and Mass-Culture* (već navedeno)

V — VELIKI KREKING

ASHEIM (L.): *From Book to Film,* Ph. D. dissertation, University of Chicago, 1949.
BORY (J.—L.): ,,Le Roman populaire aime les Mythes", *Lettres nouvelles,* decembar 1960.
BROCHON (P.): *Le Livre de Colportage en France depuis le XVI° siècle. Sa Littérature. Ses Lecteurs,* Paris, Grand, 1954.
— „Les Thèmes populaires dans la Littérature de Colportage", *Le Mois d'Ethnographie française,* br. 6, jun 1950.
— „Littérature de Colportage", *Encyclopédie de la Pléiade. Histoire des Littératures,* sv. III, str. 1567—1578.
DALZIEL (M.): *Popular Fiction 100 years ago,* London, Cohen and West, 1957.
DELARUE (P.): Le *Conte populaire français,* Paris, Editions Erasme, 1957.
DUVEAU (G.): *La Vie ouvrière sous le second Empire,* Paris, Gallimard, 1946.
FRIEDMANN (G.): „Introduction aux Aspects sociologiques de la Radio-Télèvision", *Cahiers d'Etudes de Radio-Télévision,* br. 5, 1955, str. 3—17.
HAUSER (A.): „Popular Art and Folk Art", *Dissent,* sv. 5, br. 3, Leto 1958.
HOGGART (R.): *The Uses of Literacy,* London, Chatto and Windus, 1957.
MACGILL HUGUES (H.): *News and the human Interest Story,* Chicago, University of Chicago Press, 1940.
MANEVY (R.): *La Presse française de Renaudot à Rochefort,* Paris, J. Foret, 1958.
NIZARD (G.): *Les Livres populaires et la Littérature de Colportage, sv.* 2, Paris, Amyot, 1854.

SEGUIN (J.-P.): „Nature et Commerce des Feuilles d'Actualité en Angleterre au XIX[e] siècle", in *Etudes de Presse,* 22—23, XII, 1960, str. 57—62.
STOETZEL (J.): *Jeunesse sans chrysanthème ni sabre,* Paris, Pion, 1953.
1HIBAUDET (A.): *Histoire de la Littérature,* Paris, Stock, 1930.
VARAGNAC (A.): *Civilisation traditionnelle et Genre de Vie,* Paris, Albin Michel, 1948.
WRIGHT (L. B.): *Middle-Class Culture in elizabethan England,* Chapel Hill, University of North Carolina, 1935.
ZUMTHOR (P.): *Miroirs de l'Amour,* Paris, Pion, 1952.

VI — DOKOLICA

Obimna bibliografija in *Mass-Leisure* (već navedeno) i in
DUMAZEDIER (J.) et DE CHARNACE (F.): *Les Sciences sociales du Loisir,* Paris, Education et Vie sociale, 1961.
CAILLOIS (R.): *Les Jeux et les Hommes,* Paris, Gallimard, 1958.
DUMAZEDIER (J.): „Les loisirs dans la Vie quotidienne", in *Civilisation de la Vie quotidienne, Encyclopédie française,* XIV, 1955.
— „Tendances de la sociologie du loisir", *Congrès mondial de Sociologie,* Stresa, 1959.
FRIEDMANN (G.): „Le Loisir et la Civilisation technicienne", *Revue internationale des Sciences sociales,* sv. 12, br. 4, 1960, str. 551—630.
HUIZINGA (J.): *Homo ludens,* Paris, Gallimard, 1951.
KAPLAN (M.): *Leisure in America,* New York, Wiley and Sons, 1960.
„Le Loisir", *Esprit,* specijalni broj, br. 6, jun 1959.
LUNDBERG (G. A.), KOMAROVSKY (M.) and MAC INERNY (M.): *Leisure: a suburban Study,* New York, Columbia University Press, 1934.
RAYMOND (H.): „Hommes et dieux à Palinero", Esprit, br. 6, jun 1959, str. 1030—1040.

— „Recherches sur un Village de Vacances", *Revue française de Sociologie,* 3 (I), 1960, str. 323—333.

RIESMAN (D.) and DENNEY (R.): „Leisure in an industrial Civilisation", in STANLEY (E.), éd.: *Creating an industrial Civilisation,* New York, Harper, 1952.

RIESMAN (D.): „Leisure and Work in post-industrial Society", in LARRABEE (E.) and MEYERSOHN (R.), éd.: *Mass-Leisure, Glencoë,* The Free Press, 1958, str. 363—385.

— „Some Observations on Changes in Leisure Attitudes", *Antioch Review,* br. 12, 1952, str. 417—436.

„The Uses of the Leisure", *American Journal of Sociology,* vanredni broj, br. 6, maj 1957.

U'.N.E.S.C.O.: *Compte rendu des travaux de la réunion du Groupe international d'Etudes des Sciences sociales du Loisir,* Hambourg, Institut de l'U.N.E.S.C.O. pour l'Education, bulletin X.

VII — PODRUČJA ESTETSKOG

LEIRIS (M.): *La Possession et ses Aspects théâtraux* **chez** *les Ethiopiens de Gondar,* Paris, Pion, 1958.

METRAUX (A.): *Le Vaudou,* Paris, Gallimard, 1958.

Vni — ODNOSI IZMEĐU IMAGINARNOG I STVARNOG U MASOVNOJ KULTURI

FREUD (S.): „L'inquiétante étrangete", in *Essais de psychanalyse appliquée,* Paris, Gallimard, 1952.

HERZOG (H.): „What do we really know about Daytime Serial Listeners", in *Radio Research,* 1942—1943 (već navedeno).

SHERIF (M.) and STANSFELD (S.): „Ego-Involvement and the Mass-Media", *Journal of Social Issues,* br. 16, 1947, str. 8—16.

STRAUSS (A.): *Mirrors and Masks, the Search for Identity* Glencoé, The Free Press, 1959.

WOLFE (K.) and FISKE (M.): „The Children talk about Comics", in LAZARSFELD (P.) and STANTON (F. N.), ed.: *Communication Research,* New York, Harper, 1949.

IX — OLIMPIJCI

BUCHANAN (G): *Problèmes des nouvelles Exigences du Public envers le spectacle de la Vie intime* (ronéotypé), Rome, Société Européenne de Culture, VIII Generalna skupština, 19G1.

CASTELLO (G. C): *Il Divisno, Mitologia del Cinema,* Torino, Edizioni Radio Italiana, 1957.

CHARTERS (W. W.): *Motion Pictures and Youth,* New York, Macmillan, 1933 (rezime donosi Payne Fund Studies).

FRÈRE (C), GARDELLE (M.-C): „Mort d'un champion cycliste, Fausto Coppi", *Bulletin du Centre d'Etudes des Communications de Masse,* Paris, Ecole pratique des Hautes Etudes, 1961, str. 25—50.

LOWENTHAL (L.): „Eiographies in popular Magazines", *Radio Research,* 1942 (već navedeno).

MAYER (J. P.): *British Cinemas and their Audiences, London,* Dennis Dobson, 1948.

MORIN (E.): *Les Stars,* Paris, Editions du Seuil, 1957.

MORIN (V.): „Le Voyage de Khrouchtchev en France", *Communications,* br. 1, 1962, str. 81—107.

— „Naissance d'un Enfant royal", *Bulletin du Centre d'Etudes des Communications de masse,* Paris, Ecole pratique des Hautes Etudes, I, 1961, str. 5—23.

MORIN (V.) et STERNBERG-SARREL (B.): „Le 12 Avril 1961", *Communications,* br. 1, 1962, str. 81—107.

POWDERMAKER (H.): *The Dream Factory,* Boston, Little Brown, 1950.

ROSTEN (L.): *Hollywood, the Movie Colony,* **the** *Movie Makers,* New York, Harcourt Brace, 1941.

THORP (M.): *America at the Movies,* New Haven, Yale University Press, 1939.

ZUKOR (A.): Le *Public n'a jamais tort,* Paris, Corrêa, 1954.

X — PIŠTOLJ

BAZELON (D.): „Dashell Hammett's private Eye", *Commentary,* sveska 7, 1949, str. 367—472.

Detective Novel, odeljak in *Mass-Culture* (već navedeno), str. 148—186, sa prilozima: WILSON (E.), ORWEL (G.), ROLO (C. J.), LA FARGE (C.) o različitim vidovima savremenog detektivskog i kriminalnog romana. Nedostaje jedna studija o najvažnijem slučaju, slučaju D. HAMETA.

LEGMAN (G.): *Love and Death,* New York, Breaking Point Press, 1949.

MORIN (E.) : „Le roman policier dans l'Imaginaire moderne", *La Nef,* br. 33, oktobar 1950, str. 69—75.

RIEUPEYROUT (J. L.): *Le Western ou le Cinéma américain par excellence,* predgovor d'André Bazin, Paris, Editions du Cerf, 1954.

WILSON (E.): *Classics and Commercials: a literary Chronicle of the Forties,* New York, Farrer, Straws, 1960.

XI — LJUBAV, ŽENSKO, EROTIZAM

BRAMS (L.), MORIN (E.): „Caractéristiques de la Presse hebdomadaire féminine", *Ecole des Parents,* br. 6, 1955—1956, str. 16—21.

LEITES (N.) and WOLFENSTEIN (M.): *Movies, a psychological study,* Glencoë, The Free Press, 1950.

ROUGEMONT (D. de): *L'Amour et l'Occident,* Paris, Pion, 1939.

— *Comme Toi-Méme,* Paris, Albin Michel, 1961.

S1CLIER (J.): *Le Mythe de la femme dans le Cinéma américain,* Paris, Le Cerf, 1957.

ZUMTHOR (P.): *Les Miroirs de l'Amour,* Paris, Pion, 1952.

XII — LEPOTA I HIGIJENA

GAYELORD HAUSER (B.): *Vivez jeune, vivez longtemps,* Paris, Corrêa, 1954.

P1NSET (J.) i DESLANDES (Y.) : *Histoire des soins de beauté,* Que sais-je? Paris, P.U.F., 1960.

XIII — MLADOST

„Crise de la Jeunesse?" *Cahiers Pédagogiques,* 13, 3, decembar, 1957.

PAYOT (R.): „Le Cinéma et la Jeunesse", *Foi et Vie,* oktobar—decembar 1959, str. 166—178.

XIV — PLANETARNA KULTURA

BOGART (L.): „Changing Markets and Media in Latin America", Public *Opinion Quarterly,* Leto 1959, str. 159—167.

HOPPER (R. D.) and HARRIS (J. W.): *Mass-Culture in Latin America* (ronéotypé), New York City College, 1960.

LERNER (D.): *The passing of the traditional societies,* Glencoë, The Free Press, 1958.

WAPLES (D.): „Public Communication in Peru", in Studies *in Public Communications,* br. 2, Leto 1959, University of Chicago.

Drugi deo

SREDSTVA MASOVNE KOMUNIKACIJE

I — SREDSTVA MASOVNE KOMUNIKACIJE UOPSTE

BARNOUW (E.): *Mass-communication,* New York, Rinehart, 1956.

BERELSON (B.): „Communication and Public Opinion", In *The Process and Effects of Mass Communication,* Urbana, University of Illinois Press, 1949, str. 342—382.

—„The State of communication research", *Public Opinion "Quarterly,* Proleće 1959, str. 1—17.
COHEN—SEAT (G.) i FOUGEYROLLAS (P.): *L'action sur l'homme,* Cinéma et T. V., Paris, Denoël, 1961.
LAZARSFELD (P.) i STANTON (F.): *Radio research* (2 sveske, navedene ovde, str. 273). (Ova zbirka vrlo široko obuhvata ispitivanja o masovnim komunikacijama i masovnoj kulturi.)
LAZARSFELD (P.): *Radio and the printed page,* New York, Dueli, Sloan, Pierce, 1940.
MERTON (R. K.): *Mass Persuasion,* Harper and Brothers, New York, 1946.
— *Social Theory and social structure,* Glencoë, The Free Press, 1949 (str. 199: „The sociology of knowledge and mass communication").
RILEY (M. W.) i RILEY (V. W.): „A sociological approach to communication research", *Public Opinion Quarterly,* 15 (3), 1951, str. 444—460.
— „Mass Communications and the social system", in Merton (R. K.), Broom (L.), Cottrel (L. S.), *Sociology Today,* New York, Basic Books, 1959.
Studies in Public Communication, br. 1, Chicago, University of Chicago, Leto 1957.
Studies in Public Communication, br. 2, Chicago, University of Chicago, Leto 1959.
Studies in Public Communication, br. 3, Chicago, University of Chicago, Leto 1961.
„Twenty years of public opinion research", *Public opinion Quarterly,* 1 (21), Proleće 1957.
WIEBE (G. D.): „Mass Communications", in Hartley (E. L.) i Hartley (R. E.): *Fundamentals of social Psychology,* New York, Knopf, 1952.

II — SREDSTVA MASOVNE KOMUNIKACIJE U SSSR

Pošto je ovaj problem u ovom delu samo posredno dodirnut, bibliografija će biti krajnje sažeta.

INKELES (A.): Public *Opinion in Soviet Russia,* Cambridge, Harvard University Press, 1950.

KECSKEMETI (P.): „Totalitarian communication as a means of control", Public *Opinion Quarterly,* 14, 1950, str. 224—234.
PALADINI (L.): „La televisione in U.R.S.S.", *Passato e Présente,* mart—april 1959, str. 1057—1060.

III — TAKOZVANE STUDIJE O „SADRŽAJU" (CONTENT ANALYSIS)

ARNHEIM (R.): „The world of the Day Time Serial", in *Radio Research,* 1942—1943, str. 34—107.
BERELSON (B.): *Content analysis in communication research,* Glencoë, The Free Press, 1952.
BERELSON (B.) i SALTER (P.): „Majority and minority Americans: an analysis of magazines fiction", *Public Opinion Quarterly,* 10, 1946, str. 168—190.
HANDEL (L.): *Hollywood looks at its audience,* glava II, str. 165—174: „Content analysis", Urbana, University of Illinois Press, 1950.
JONES (D.): „Quantitative analysis of Motion Picture content", *Public Opinion Quarterly,* 6, 1942, str. 411—428.
JOHNS—HEINE (P.) i GERTH (Hans H.): „Values in mass periodical fictions, 1921—1940", *Public Opinion Quarterly,* 13, Proleće, 1949, str. 95—118.
SOLA POOL (I. de) ed.: *Trends in content analysis,* Urbana, University of Illinois Press, 1959 (propraćeno odabranom bibliografijom).

IV — POSLEDICE

ADLER (M.): *Art and prudence,* New York, Longmans, Green, 1937.
BLUMER (H.): *Movies and conduct,* New York, MacMillan, 1935.
CANTRIL (H.): *The invasion from Mars,* Princeton, Princeton University Press, 1940.

HOVLAND (C I.): „Effects of the mass media of communication", in Lindzey and Gardner, *Handbook of social psychology,* Cambridge, Mass., Addison Wesley, 1954.

KLAPPER (J. T.): *The effects of mass media,* New York, Bureau of Applied Research, Columbia University, 1949.

___What we know about the effects of mass communica"tion: the brink of hope", *Public Opinion Quarterly,* 21 (4), 1957—1958, str. 453-174.

LAZARSFELD (R. F.) i MERTON (R.): „Mass Communication, popular taste and organized social action", in *The Communication of ideas,* edited by Bryson, New York, 1948, str. 95—118.

MAYER (J. P.): *British cinemas and their audiences: sociological studies,* London, D. Dobson Ltd., 1948.

MORIN (E.): „Le problème des effets dangereux du cinéma", *Revue Internationale de Filmologie,* 14—15 (4), 1953, str. 217—232.

— „Le rôle du cinéma", *Esprit,* 6, 1960, str. 1069—1091.

NOWLIS (V.): *Some Studies of the influence of documentary films on mood and attitude,* New York, University of Rochester, 1959 (ronéotypé).

The process and effects of mass communication, edited by W. Schramm, Urbana, University of Illinois Press, 1954.

WRIGHT (C. R.): *Functional analysis and mass communication,* Stresa, IV svetski kongres sociologa, 1959.

V — FILM»

Le *Cinéma, fait, social,* XXVIII^{e} Semaine sociale universitaire, Bruxelles, Institut de sociologie, 1960.

COHEN—SEAT (G.): Essai *sur les principes d'une philosophie du cinéma,* Paris, Nouvelle Edition, P.U.F., 1958.

HANDEL (L.): *Hollywood looks at its audience,* Urbana, 111., University of Illinois Press, 1950.

[1] Videti bibliografiju u mojoj knjizi *Film ili imaginarni* čovek, Izdanje Minuit, Paris 1956.

KRACAUER (S.): *From Caligari to Hitler,* The Noonday Press, 1959.

MAYER (J. P.): *Sociology of Film,* London, Faber and Faber, 1948.

VI — RADIO

ALLPORT (G. W.) i CANTRIL (H.): *The psychology of radio,* New York, Harper, 1935.

CANTRIL (H.): *The invasion from Mars,* Princeton, Princeton University Press, 1940.

LASSWELL (H. D.): „Radio as an instrument of reducing personal insecurity", *Studies in Philosophy and Social Sciences,* 9, 1941.

LAZARSFELD (P.) i STANTON (F.): *Radio research 1942. Radio research 1942—1943* (2 sveske), New York, Duell, Sloan and Pierce, 1941 i 1944.

LAZARSFELD (P.): *The people look at radio,* University of North Carolina Press, Chapell Hill, 1946.

LAZARSFELD (P.) i KENDAL (P.): *Radio listening in America,* New York, Prentice-Hall, 1948.

VII — TELEVIZIJA

BOGART (L.): *The age of television,* New York, Ungar, 1956.

BREMOND (C.) i SULLEROT (E.): *Bilans comparés des recherches sur dix ans de télévision aux U.S.A. et en Grande-Bretagne,* Centre d'Etudes des Communications de Masse, Ecole pratique des Hautes Etudes, Paris, 1960.

GUIDUCCI (A.): „Un nuovo linguaggio", *Passato e Présente,* mart—april 1959, str. 1029—1032.

HAMILTON (R. V.): „Television within the social matrix", *Journal of Social Psychology,* 52, 1960. str. 77—86.

HIMMELWEIT (H.): *Television and the child,* Oxford University Press, 1958.

MACCOBY (E. E.): „Why do children watch television?", *Public Opinion Quarterly,* 18, 3, 1954, str. 239—244.

MALETZKE (G.): „Research on television and German youth", Stresa, IV Svetski kongres sociologa, 1959.

La Télévision", vanredni broj La Nef, oktobar—decembar 1961.

La Télévision, XXVIII" Semaine sociale universitaire, Bruxelles, Institut za sociologiju, 1961.

Television in our life, a special report, Sunday Times, London, 1958.

TOMICHE (F. J.): „Aperçu sur quelques effets de la télévision en Grande-Bretagne", *Les Temps Modernes,* br. 166, decembar 1959, str. 1080—1097.

VIII — ŠTAMPA

(Uključujući stripove, fotografije, slike, listove za decu, štampu namenjenu ženama).

AYFRE (A.): „La Fin du monde des Images est-elle pour demain?", *Signal du Temps,* 8—9, avgust—septembar 1959, str. 25—29.

BARTHES (R.): „Une civilisation de l'image", *Noroît,* br. 56, mart 1961, str. 3—14.

— „Le Message photographique", *Communications,* I, 1961, str. 127—138.

BOGART (L.): „Adults talk about Newspapers Comics", *American Journal of Sociology,* 61, 1, jul 1955, str. 26—30. — „Comics strips and their Adult Readers", in *Mass-Culture,* Glencoë, The Free Press, str. 189—198. U poglavlju „Comics Books and cartoon Strips", videti već navedeni članak BOGART-a, članke R. WARSHOW-a, L. W. SHANNON-a, A. J. BRADBECK-a i D. M. WHITE-a bibliografija str. 2.

BOUCHARD (P.): *La Presse, le Film, la Radio pour enfants,* Paris, UNESCO, 1952.

CLAUSSE (R.): „Introduction à l'Etude de l'Information d'Actualité", *Techniques de Diffusion collective,* V, oktobar 1961, str. 7—30.

FOUILHE (P.): *Journaux d'Enfants, Journaux pour rire?* Paris, Centre d'Activités pédagogiques, 1956.

GERIN (E.): *Tout sur la Presse enfantine,* Paris, Maison de la Bonne Presse, 1958.

„Journaux pour Enfants", *Enfance,* novembar—decembar 1953.

„La Presse, le Public et l'Opinion", *Sondages* (17), 1955.

KAYSER (J.): *Une Semaine dans le Monde,* Paris, UNESCO, 1954.

MORIN (E.): „Tintin, héros d'une génération", *La Nef,* br. 13, januar 1958.

STOETZEL (J.): „Fonctions de la Presse: à côté de l'Information", *Etudes de Presse,* 1 (3), jul 1951.

IX — KNJIŽEVNOST ZA MASE

BARKER (R. E.): Le *livre dans le monde,* Paris, UNESCO, 1957.

BERELSON (B.): „Who reads books and why", in *Mass Culture* str. 119—125, Glencoë, The Free Press, 1957.

„Ce que lisent les Français", *Réalités,* jul 1955, str. 54—59.

DUMAZEDIER (J.) i HASSENFORDER (J.): „Le livre et le loisir", *Bulletin des bibliothèques,* br. 6, jun 1959, str. 269—302.

DUTSCHER (A.): „The book business in America", in *Mass Culture,* str. 126—140.

ESCARPIT (R.): *Sociologie de la littérature,* Que sais-je? Paris, P.U.F., 1958.

HARVEY (J.): *The characteristics of „Best Selling" novels,* Ph. D. dissertation, University of Chicago, 1949.

„Littérature et grand public", *Informations sociales,* II, 1, januar 1957, str. 1—38.

MESSAC (R.): Le *„Détective Novel" et l'influence de la pensée scientifique,* Paris, Champion, 1929.

MILLER (W.): *The book industry,* New York, Columbia University Press, 1950.

NUTZ (W.): *Der Trivialroman,* Kôln, Westdeutscher Verlag, 1962.

RADINE (S.) : *Quelques aspects du roman policier psychologique,* Paris, Edition du Mont-Blanc, 1961.

VAX (L.): „Le sentiment du mystère dans le conte fantastique et dans le roman policier", *Les Etudes philosophiques,* br. 1, 1951, str. 65—76.

X — MUZIKA I PESMA

ADORNO (T. W.): „On popular music", *Studies in philosophy and social Science,* IX, 1941.

BROCHON (P.): *La chanson sociale, de Béranger à Brassens,* Paris, les Editions ouvrières, 1961.

FERRES (P. de): „Le micro fait évoluer l'art populaire du music-hall", *Signal du Temps,* avgust-—septembar 1959, str. 19—24.

JOHNSTONE (J.) i KATZ (E.): „Youth culture and popular Music", *American Journal of Sociology,* 62, 6, maj 1957, str. 563—568.

MACDOUGAL (D. Jr.): „The popular music industry", in *Radio research,* Sloan and Pierce, New York, 1943, str. 65—109.

MORIN (E.): „Matérialité ef magie de la musique à la radio", *Cahiers d'Etudes de Radio-Télévision,* 3—4, 1955, str. 483—486.

Regards neufs *sur la chanson,* Paris, izdanje Seuil, Peuple et Culture, 1954.

XI — REKLAMA

BORDEIN (N. H.): *The economic effects of advertising,* Chicago, Richard D. Irvin, 1942.

BRUNEAU (P.): *Magiciens de la publicité,* Paris, Gallimard, 1956.

DURANDIN (G.), PIERON (H.) i MONTMOLLIN (G.): „Propagande et publicité", in Pieron: „Traité de psyhologie appliquée", knjiga 5, Le *maniement humain,* Paris, P.U.F., 1956.

GALLIOT (M.): *Essai sur la langue de la réclame contemporaine,* Privat, Toulouse, 1955.

MARCUS-STEIFF (J.): *Les études de motivation,* Paris, Hermann, 1961.

PACKARD (V.): *The hidden persuaders,* Longmans Green and Co., London, 1957. (La persuasion clandestine, Calmann-Lévy, Paris, 1959.)

PLAS (B. de) i VERDIER (H.): *La Publicité,* Que sais-je, P.U.F., Paris, 1947.

SADRŽAJ

Edgar Moren
DUH VREMENA, I
*
Izdavač: Beogradski izdavačko-grafički **zavod,**
Bulevar vojvode Mišića 17

Za izdavača: Vladimir Stojšin

Tiraž: 4000 primeraka

Štampa: Beogradski izdavačko-grafički zavod